



BACHELORARBEIT

Frau
Katja Neumaier

**Die Zukunft des lokalen
Fernsehens in Bayern –**

**zwischen Existenzminimum
und Grundversorgungsauftrag**

**Zur Debatte um die finanzielle
Förderung**

2012

BACHELORARBEIT

Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern –

zwischen Existenzminimum und Grundversorgungsauftrag

Zur Debatte um die finanzielle Förderung

Autorin:
Frau Katja Neumaier

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM09wT2-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:
Mag. Norbert Haimerl

Einreichung:
Mittweida, 06.08.2012

BACHELOR THESIS

The future of local television in Bavaria-

between subsistence level and the charge of basic services

Debate about the financial support

author:

Ms. Katja Neumaier

course of studies:

Angewandte Medienwirtschaft

seminar group:

AM09wT2-B

first examiner:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Mag. Norbert Haimerl

submission:

Mittweida, 06.08.2012

Bibliografische Angaben

Neumaier, Katja:

Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern –
zwischen Existenzminimum und Grundversorgungsauftrag
Zur Debatte um die finanzielle Förderung

The future of local television in Bavaria-
between subsistence level and the charge of basic services
Debate about the financial support

407 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Kurzreferat:

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der aktuellen Situation der bayerischen Lokalsender und ihrer Abhängigkeit von einer finanziellen Förderung. Ziel dieser Arbeit ist es, eine Bestandsaufnahme hinsichtlich hintergründiger Fakten sowie einen Überblick über die wirtschaftliche Situation der Lokal-TV-Anbieter durchzuführen. Hierbei steht insbesondere die Frage im Mittelpunkt, welche Maßnahmen geeignet erscheinen, damit die Lokalsender auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten können. Dabei wird die aktuelle Fördersituation aus dem Staatshaushalt hinsichtlich ihrer Verfassungsmäßigkeit in einen rechtlichen Rahmen eingeordnet.

In diese Arbeit werden alle aktuellen Studien und Rechtsgutachten mit einbezogen einschließlich der zahlreich geführten Experteninterviews. Als Abbild der gesellschaftlichen Zielsetzung dienen dabei vor allem die Ansichten von politischen Parteien und Verbänden sowie die bestehende Rechtslage. Die Bestandsaufnahme erfolgt unter anderem über die Auswertung eigener und fremder Umfragen unter Einbezug öffentlich und nicht öffentlich zugänglicher Zahlen.

Im Laufe dieser Arbeit zeigen sich zum Teil deutliche Differenzen zwischen gesellschaftlicher Zielsetzung und der Realität.

Seit über 26 Jahren Dauersubventionierung ist trotz vieler Vorschläge zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit im Schrifttum ein Aussetzen der Förderung nicht absehbar. Ob eine Fortführung der Förderung angemessen bzw. sogar verpflichtend erscheint oder ob durch strukturelle Veränderungen die Unabhängigkeit einer finanziellen Förderung erreicht werden kann bzw. muss, soll in dieser Bachelorarbeit geprüft werden.

Inhaltsverzeichnis

I.	Abkürzungsverzeichnis	10
II.	Glossar.....	13
III.	Abbildungsverzeichnis	19
IV.	Tabellenverzeichnis	22
V.	Vorwort	24
1	Einleitung.....	26
1.1	Zielsetzung.....	29
1.2	Herangehensweise.....	29
1.2.1	Themeneingrenzung	30
1.2.2	Vorgehensweise	31
2	Recherchequellen	36
A	Grundlegendes zur Einordnung der Förderung.....	38
3	Geschichtliche und rechtliche Entwicklung der Förderung.....	39
3.1	Grundlegendes.....	39
3.2	Förderung aus dem Teilnehmerentgelt bis 2007.....	41
3.3	Förderung aus staatlichen Mitteln von 2008 bis 2012	43
3.4	Mögliche Fortsetzung der Förderung von 2013 bis 2016	47
4	Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien.....	50
4.1	Organe	50
4.2	Finanzierung	53
4.3	Aufgaben.....	57
5	Die aktuelle Rolle des lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft.....	61
5.1	Positionen von Politik und öffentlicher Meinung.....	61
5.1.1	Staatsregierung und Befürworter.....	62
5.1.2	Opposition.....	66
5.1.3	ORH.....	69
5.1.4	Weitere kritische Stimmen.....	73
5.2	Positionen von Wirtschaft und Verbänden	78
5.2.1	Lokale TV-Anbieter	78
5.2.2	VBL & VBRT	82
5.2.3	Verlage	84

B Grundlegendes zur wirtschaftlichen Lage der lokalen TV-Sender in Bayern 89

6 Aktuelle wirtschaftliche Situation der lokalen TV-Sender in Bayern.....	90
6.1 Allgemeine Angebotsstruktur.....	90
6.1.1 Deutschlandweiter Gesamtüberblick	90
6.1.2 Bayernweiter Gesamtüberblick.....	93
6.2 Bayerische Angebotsstruktur.....	102
6.2.1 Übertragungswege.....	108
6.2.1.1. DVB-T & DSL.....	110
6.2.1.2. Satellit.....	112
6.2.1.3. Kabel	118
6.2.2 Reichweiten und Marktanteile	121
6.2.3 Zuschauerbindung und -akzeptanz	130
6.3 Einnahmen- und Kostenentwicklung.....	131
6.3.1 Entwicklung des Kostendeckungsgrades	131
6.3.2 Einnahmenentwicklung	134
6.3.2.1. Werbung	135
6.3.2.2. Auftragsproduktion und Programmverkauf	137
6.3.2.3. sonstige Einnahmen	140
6.3.2.4. Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme	142
6.3.2.5. Förderung	146
6.3.3 Kostenentwicklung	149
6.3.3.1. Technikkosten.....	150
6.3.3.2. Personalkosten	152
6.3.3.3. sonstige Kosten	154
6.3.4 Zwischenfazit	156
6.4 Bisher ergriffene Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit	157
6.4.1 Optimierung der Sendegebiets	160
6.4.2 Gemeinsame Werbevermarktung der lokalen TV-Anbieter.....	163
6.4.3 Ausbau der technischen Reichweite	169
6.4.4 Einnahmen- und Kostenoptimierung	170
6.4.5 Zwischenfazit	173
6.5 Zusammenfassung.....	175

7	Mögliche zukünftige Entwicklungen	176
7.1	Digitalisierung	178
7.2	Reichweitenentwicklung	180
7.3	Neue Übertragungsplattformen	185
7.3.1	IPTV	185
7.3.2	Mobile TV (DMB & DVB-H)	187
7.3.3	Smart TV (HbbTV)	190
7.4	Erlöspotenziale	204
7.4.1	Werbeeinnahmen	205
7.4.2	Förderung	215
7.4.3	Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme	215
7.5	Kostenentwicklung	216
7.6	Zusammenfassung	217
C	Grundlegendes zur Rechtmäßigkeit der staatlichen Förderung von lokalen TV-Sendern in Bayern	220
8	Rechtmäßigkeitsprüfung der aktuellen Förderung	221
8.1	Vereinbarkeit des Art. 111 a BV mit höherrangigem Recht	222
8.1.1	Verstoß gegen Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG	223
8.1.2	Verstoß gegen Art. 10 EMRK	228
8.1.3	Verstoß gegen Art. 49 und 56 AEUV	231
8.1.4	Zwischenfazit	234
8.2	Grundversorgungsauftrag	236
8.2.1	Rechtslage und Zweifel	236
8.2.2	Zwischenfazit	242
8.3	Gebot der Staatsferne	243
8.3.1	Rechtslage und Zweifel	243
8.3.2	Zwischenfazit	245
8.3.3	Ausblick auf die zukünftige Förderung ab 2013 bis 2016	246
8.4	Vereinbarkeit mit europäischem Wettbewerbsrecht	247
8.4.1	Beihilfe nach Art. 107 AEUV	247
8.4.1.1	Ausnahme i. S. d. „De-minimis“-Beihilfe	248
8.4.1.2	Ausnahme i. S. d. Altmark-Trans-Rechtsprechung	249
8.4.2	Verfälschung des Wettbewerbs	254
8.4.3	Weitere Ausnahmen nach Art. 107 Abs. 3 d) AEUV und Art. 106 Abs. 2 AEUV	254
8.4.4	Zwischenfazit	257

8.5	Staatliche Finanzierungsverantwortung	259
8.5.1	Finanzgarantie gegenüber der BLM	259
8.5.2	Finanzgarantie gegenüber den lokalen TV-Anbietern.....	263
8.5.3	Zwischenfazit	265
8.6	Finanzautonomie der BLM	266
8.6.1	Verstoß des § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG.....	266
8.6.2	Zwischenfazit	269
8.7	Zusammenfassung	269
D	Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern	272
9	Optimierungsmöglichkeiten und Lösungsvorschläge	273
9.1	Optimierungsmöglichkeiten in der bestehenden Struktur ohne Förderung.....	273
9.1.1	Lokal-TV ohne Kostenanpassung	273
9.1.2	Lokal-TV mit Kostenanpassung.....	278
9.1.3	Zwischenfazit	283
9.2	Optimierungsmöglichkeiten mit Strukturveränderungen.....	284
9.2.1	Realisierungschancen des Regierungsbezirksmodells	285
9.2.2	Entwicklungsszenarien für ein Regionalfernsehkonzert.....	287
9.2.3	Wirtschaftlichkeitsprüfung	293
9.2.4	Optimierung der Distributionskosten	299
9.2.5	Zwischenfazit	302
9.3	Weitere Optimierungsmöglichkeiten mit Systemveränderungen	309
9.3.1	Einführung der dualen Rundfunkordnung in Bayern	309
9.3.2	Übernahme des Lokalprogramms durch den BR.....	312
9.3.3	Zwischenfazit	317
9.4	Zusammenfassung	321
10	Fazit.....	325
10.1	Zusammenfassung	325
10.1.1	Defizite und Potenziale	336
10.1.2	Ergebnisse	338
10.2	Schlussgedanke und Zukunftsprognose.....	340
VI.	Literaturverzeichnis	342
VII.	Anlagen.....	353
1.	Geführte Experteninterviews	353
2.	Fragebögen: Bayerische Lokal-TV-Sender.....	355
3.	Auswertung der Fragebögen	362
4.	Experteninterview: Prof. Dr. Rupert Stettner, Rektor der Hochschule für Politik in München (HfP).....	374

Inhaltsverzeichnis

5.	Experteninterview:w Dr. Wolfgang Flieger, Pressesprecher der BLM.....	384
6.	Experteninterview: Ulrike Gote, medienpolitische Sprecherin Bündnis 90/Die Grünen	404
7.	Erlös- und Kostensituation BLM	406
VIII. Eigenständigkeitserklärung		407

I. Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
Ad	Engl. Advertisement, kurz Ad = Werbung
ÄndG	Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes v. 08.12.09, kurz Änderungsgesetz
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
afk	Aus- und Fortbildungs-GmbH für elektronische Medien
AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
App	Engl. Application, kurz App = Anwendung, Anwendungsprogramm für beispielsweise Smartphones, Tablets usw.
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
a.tv	Fernsehsender in Augsburg
BayMG	Bayerisches Mediengesetz
BayMS	Bayerische Medien-Servicegesellschaft mbH
BaWü	Baden-Württemberg
BFS	Bayerisches Fernsehen
BJV	Bayerischer Journalistenverband
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
BLR	Bayerische Lokalradioprogramme mbH & Co. KG
BMT	Bayerische Medien Technik GmbH
BR	Bayerischer Rundfunk
BV	Bayerische Verfassung
BVerfG	Bayerischer Verfassungsgerichtshof
CATI	Computer Assisted Telephone Interview, bezeichnet die Unterstützung des telefonischen Interviews mit Hilfe des Computers
DAB	digital audio broadcasting
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DMB	digital media broadcasting
DSF	Deutsches Sport-Fernsehen
DSL	Digital Subscriber Line
DVB-H	digital video broadcasting for handhelds
DVB-T	digital video broadcasting - Terrestrial
DVB-S	digital video broadcasting - Satellite
EGMR	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte
EMRK	Europäische Menschenrechtskonvention
Fös	Fördersatzung

Franken-SAT	Satellitensenderkennung für die Fernsehprogramme von main.tv, tv touring Würzburg, tv touring Schweinfurt, TV Franken Fernsehen
GEZ	Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GG	Grundgesetz
GVK	Gremienvorsitzendenkonferenz
HbbTV	Hybrid broadcasting broadband TV
HDTV	High Definition Television
HfP	Hochschule für Politik
HH	Haushalt
HR	Hessischer Rundfunk
intv	Fernsehsender in Ingolstadt
IPTV	Internet Protocol Television
ISK	Informations- und Servicekanal
ISW	Inn-Salzach-Welle
kbps	kilo bytes per second (Datenübertragungsrate)
KEF	Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten
KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
KJM	Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten
LCN	Logical Channel Numbering
LMU	Ludwig-Maximilians-Universität München
Lokal-SAT	Satellitensenderkennung für die Fernsehprogramme von a.tv, intv, regio TV Schwaben, TVA Nachrichten
mbps	mega bytes per second (Datenübertragungsrate)
MI FRIENDS	Mobiles Interaktives Fernsehen, Radio, Information, Entertainment und Neue Digitale Services
MFD	Mobiles Fernsehen Deutschland
MHz	Mega Hertz, eine Million Schwingungen/Vorgänge pro Sekunde
MP3	MPEG Audio Layer III, Verfahren zur verlustbehafteten Kompression digital gespeicherter Audiodaten
MTV	Music Television
NIF	Nachricht im Film
NWDR	Nordwestdeutscher Rundfunk
NRW	Nordrhein-Westfalen
O2	Mobilfunkmarke
ONTV Regional	Satellitensenderkennung für die Fernsehprogramme von Oberfranken und Niederbayern (TVA Ostbayern, OTV, TRP1, donau TV, RFL)
ORH	Oberster Rechnungshof
OTV	Oberpfalz TV, Fernsehsender in Amberg

PAL	Phase-Alternation-Line-Verfahren, ist ein Verfahren zur Farbübertragung beim analogen Fernsehen
PDA	Personal Digital Assistant, tragbarer Computer
PR	Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit
RB	Radio Bremen
RBB	Rundfunk Berlin-Brandenburg
RFL	Regionalfernsehen Landshut
RFO	Regionalfernsehen Oberbayern
RFR	Regionalfernsehen Rosenheim
RRC	Regional Radiocommunication Conference
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
RTL	Radio Télévisioun Lëtzebuerg, RTL (ursprünglich RTL plus) sendete früher aus Luxemburg und entstand als Ableger von Radio Luxemburg (deswegen <i>plus</i>)
SDR	Süddeutscher Rundfunk
SWF	Südwestrundfunk
TE	Teilnehmerentgelt
TKP	Tausend-Kontakt-Preis
TRP1	Tele Regional Passau 1, Fernsehsender in Passau
TVA Nachrichten	Allgäu-TV, Fernsehsender in Kempten
TVA Ostbayern	Fernsehsender in Regensburg
UHF-Bereich	Ultra High Frequency, reicht von 300 MHz bis 3 GHz
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System, Mobilfunkstandard der dritten Generation (G3), mit hohen Datenübertragungsraten
VBL	Verband Bayerischer Lokalfunk
VBRA	Vereinigung Bayerischer Rundfunkanbieter
VBRT	Verband privater Rundfunk und Telemedien e. V.
VBZV	Verband Bayerischer Zeitungsverleger
VDSL	Very high bit-rate Digital Subscriber Line
VHF-Bereich	Very High Frequency, reicht von 30 MHz bis 300 MHz
via	über, mit
VJ	Videojournalist
VOX	lat. = Stimme
WLAN	Wireless Local Area Network, ermöglicht eine kabellose Verbindung mit dem Internet
WRD	Westdeutscher Rundfunk
WNK	Weitester Nutzerkreis
WSK	Weitester Seherkreis
ZAK	Zulassungs- und Aufsichtskommission
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

II. Glossar

Wort	Bedeutung
Audience-Flow	Der Audience-Flow beschreibt das sogenannte „Hängenbleiben“, also wie viele Zuschauer von einer zur nächsten Sendung weiterschauen.
AGF/GfK	Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ist ein Zusammenschluss aller großen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Fernsehsender in Deutschland. Die 5.640 Haushalte mit GfK-Meter werden auch als das „AGF/GfK-Fernsehpanel“ bezeichnet.
Ambient Media	Bezeichnet Werbemittel, die als Außenwerbung im direkten Lebensumfeld der Zielgruppe eingesetzt werden
App	Ein oder eine App (engl. Kurzform für application) ist im Allgemeinen jede Form von Anwendungsprogramm. Im Sprachgebrauch sind damit mittlerweile jedoch meist Anwendungen für moderne Smartphones gemeint.
akquirieren	anschaffen, besorgen, erwerben
ASTRA	Satellitenbetreiber
ATM-Leitungen	Asynchronous Transfer Mode ist eine Technik der Datenübertragung, bei der der Datenverkehr in kleine Pakete – Zellen oder Slots genannt – mit fester Länge (53 Byte) codiert und über asynchrones Zeitmultiplexing übertragen wird
Bandbreite	Die Bandbreite eines kontinuierlichen Frequenzspektrums gibt den Frequenzbereich in Hertz an, den ein Signal zur Übertragung benötigt.
bidirektional	Datenübertragung in beide Richtungen
Call Media	Telefonmehrwertdienst, bspw. Gewinnspiele im Fernsehen
BK-Netz	Als BK-Netz oder Breitbandverteilnetz werden leitungsgebundene Übertragungsnetze für Rundfunkprogramme bezeichnet. Ausgehend von einer zentralen Kabelkopfstation (übergeordnete BK-Verstärkerstelle) wird das Programmpaket bis zu den angeschlossenen Übergabepunkten verteilt.
de facto	lat. für „nach Tatsachen“, „nach Lage der Dinge“, „in der Praxis“, „tatsächlich“, „faktisch“, „in Wirklichkeit“
degressiv	unterproportional – die Kosten nehmen bei steigender Bezugsmengengröße langsamer zu
DMB	DMB stellt im Prinzip eine Weiterentwicklung von DAB dar. Die Empfangseigenschaften sind ähnlich denen von DAB. Die im L-Band betriebenen Ensembles weisen auf Grund der geringeren Kanalbandbreite von nur 1,75 MHz mit 1,2 mbps eine geringere Datenkapazität auf als etwa DVB-H. Pro Ensemble/Multiplex können somit bei DMB nur wenige Programme übertragen werden. Grundsätzlich kommen aber dieselben modernen Codecs wie beispielsweise bei DVB-H zur Anwendung, sodass bei zur Verfügung stehenden Frequenzen für weitere DMB-Ensembles eine gegenüber DVB-H ähnliche Vielfalt erreicht werden kann. Auf Grund der beschränkten Datenkapazität eines Multiplexes werden

	<p>über DMB vornehmlich Radioprogramme und weniger TV-Programme übertragen. Über DMB stehen kleinräumige Verbreitungsgebiete zur Verfügung (L-Band), die annähernd mit den Verbreitungsgebieten der Lokalsender in Deckung gebracht werden können.</p> <p>DMB ist ein für mobile Rundfunkangebote, insbesondere für den Empfang mit Handys bzw. Handhelds, konzipiertes technisches Übertragungssystem. DMB gehört zur DAB-Systemfamilie und ist unter Einsatz von MPEG-4 voll multimediafähig (Radio, TV, Bilder, Datendienste).</p>
DSL	<p>DSL ist eine breitbandige digitale Verbindung über die Kupferadern der Telefonnetze. Es gibt verschiedene Arten von DSL-Techniken mit verschiedenen Datenübertragungsgeschwindigkeiten. VDSL (Very High Speed Digital Subscriber Line) ist derzeit die schnellste DSL-Technik und erlaubt eine Datenübertragung mit bis zu 52 Mbit/s über die Telefonleitung.</p>
DVB-H	<p>DVB-H ist eine für den mobilen Empfang optimierte Variante des DVB-T Standards. Es werden die aktuellsten und gegenwärtig effizientesten Kodierungsverfahren angewendet. DVB-H ist kompatibel zu DVB-T und erlaubt die Nutzung entweder eines gesamten 8 MHz-Kanals oder nur einer Teilkapazität eines DVB-T Multiplexes in Kombination mit einer klassischen DVB-T-Ausstrahlung.</p> <p>Prinzipiell ist über DVB-H jeder multimediale Inhalt verbreitbar. Dabei kommen genauso wie bei DMB die aktuellsten und effizientesten Codecs zum Einsatz. Innerhalb des 8-MHz-Kanals stehen je nach Betriebsart und Fehlerkodierung etwa 9 – 10 mbps zur Verfügung. Damit ist die Nutzdatenrate wegen der Optimierung für den mobilen Empfang geringer als bei DVB-T. Die Basisinfrastruktur von DVB-H kann zwar durch DVB-T-Senderstandorte abgedeckt werden, jedoch muss zur Gewährleistung eines störungsfreien Indoor-Empfangs mit Repeatern (WLAN-Verstärkern) gearbeitet werden. Neben den Kapazitätsunterschieden, die durch die Frequenzband-Nutzung bestimmt werden, unterscheiden sich DMB und DVB-H auch dadurch, dass über DVB-H IP-Datenströme übertragen werden können und damit eine Interaktivität zwischen Sender und Empfänger, also dem Mobilfunknutzer, hergestellt werden kann. Diese Funktionalität ist über DMB nur mit deutlich höherem Aufwand realisierbar.</p>
E-Commerce	<p>Als Elektronischer Handel (auch Internetverkauf, Elektronischer Marktplatz, Virtueller Marktplatz, E-Commerce, E-Business) wird der virtuelle Einkaufsvorgang via Datenfernübertragung innerhalb der Distributionspolitik des Marketings bezeichnet. Hierbei wird über das Internet eine unmittelbare Handels- oder Dienstleistungsbeziehung zwischen Anbieter und Abnehmer abgewickelt. Im weiteren Sinne umfasst er jede Art von</p>

	geschäftlicher Transaktion, bei der die Transaktionspartner im Rahmen von Leistungsanbahnung, -vereinbarung oder -erbringung elektronische Kommunikationstechniken einsetzen.
en gros	franz., im Großen und Ganzen, im Wesentlichen, zusammenfassend
EPG	engl. Electronic Program Guide, elektronische Programmzeitschrift bzw. Programmführer, die in DVB-Systemen zur Anwendung kommen.
Equipment	Technische Ausstattung, z. B. Kamera, Stativ, Mikrofon, Kabel usw.
Flatscreen	Flachbildschirm
HbbTV	HbbTV ist eine paneuropäische Initiative, die unter Verwendung offener Standards Fernsehprogramme und Mehrwertangebote aus dem Internet verbindet. Durch den gemeinsamen offenen Standard der Endgerätehersteller und der Fernsehveranstalter auf der Basis von CE-HTML können Internet-Anwendungen auf großflächigen Fernsehbildschirmen darstellbar gemacht und durch die „red button“-Funktion ein Zugang zu sender-spezifischen Portalen ermöglicht werden. HbbTV gilt derzeit als aussichtsreichste Entwicklung im Bereich Hybrid-TV.
Hybrider Rundfunk	Technische Verknüpfung von über Rundfunknetzen verbreiteten Fernseh- oder Hörfunkprogrammen mit dem Internet für begleitende Informationen und Zusatzangebote, um eine konvergente Mediennutzung mit einem Endgerät für den Verbraucher zu ermöglichen.
in concreto	konkret, in Wirklichkeit
Ingerenz	Garantenpflicht
IPTV (Internet Protocol Television)	IPTV wird die digitale Übertragung von Fernsehprogrammen und Filmen über ein digitales Datennetz genannt. Hierzu wird das dem Internet zu Grunde liegende Internetprotokoll (IP) verwendet.
Kabelverbreitungsgebiet	Zusammenschluss mehrerer BK-Netze mittels Glasfaserleitung, Koaxialkabel oder Richtfunk für die Verbreitung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen (Infrastruktur der Netzbetreiber).
Konsolidierung	verfestigen, stabil werden, zu einem Ganzen zusammenfassen
marginal	nebensächlich
monistisch	einzig, alleine, Gegenteil von Dualismus, Pluralismus
MPEG (Motion Picture Expert Group)	Weltweite Standards (MPEG-2, MPEG-4) für das Datenreduktionsverfahren (Kompression) zur Übertragung von digitalen Video- und Audiosignalen.
Multiplex	Verfahren der gleichzeitigen digitalen Nutzung eines Übertragungskanal durch mehrere unterschiedliche Signale.
New Economy	Bezeichnet den Umstieg von auf Warenproduktion ausgerichteter Wirtschaftsweise auf eine Dienstleistung, insbesondere webbasierte Dienste. Bezeichnet im deutschen Sprachgebrauch die auf Grundlage dieser Theorie in den späten 90er Jahren

	entstandenen und schon wenig später in weiten Teilen gescheiterten Wirtschaftsbereiche.
normativ	normgebend, Normen und Regeln aufstellend
On Demand	auf Abruf
originär	ursprünglich, original
Paid-Content	Bezeichnet den kostenpflichtigen elektronischen Vertrieb und Handel mit digitalen Inhalten
Panel	Bezeichnet die mehrfache Erhebung derselben Stichprobe an denselben Untersuchungsobjekten zu verschiedenen Zeitpunkten.
per se	an sich, im Grunde
Play-Out-Center	Zentrale Funktionseinheit des digitalen Fernsehens. Sendezentrale, die mit hochleistungsfähigen Servern und Computern ausgestattet ist. Diese Rechner digitalisieren alle Programminhalte und schicken die Daten in Form von Datencontainern in die Verbreitungsnetze, wie beispielsweise Breitbandkabelnetze, Satellitennetze, DVB-T-Netze usw.
Prime-Time	Hauptsendezeit, meist zwischen 20:00 und 22:00 Uhr. Hier ist die Fernsehnutzung (Quote) am größten.
Produktplatzierung	engl. product placement, Produktplatzierung ist die gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringens von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung.
qua	per, durch, wegen
Randomstichprobe	Zufallsauswahl
Receiver	Empfänger
Regionalnetz	Zusammenschluss mehrerer BK-Netze mittels Leitung für die Verbreitung von lokalen Fernsehprogrammen.
Second Screens	z. B. Tablets, Laptops, Smartphones etc., auf denen die Nutzer Fernsehinhalte konsumieren
Set-Top-Box	Decoder, der ein digitales Signal für ein bislang handelsübliches TV-Gerät in ein analoges Signal umwandelt. Auch zum Empfang verschlüsselter Signale notwendig.
Simulcast	Gleichzeitige Verbreitung (Simultan + Broadcast) von gleichen Rundfunkangeboten und Diensten über unterschiedliche technische Übertragungsinfrastrukturen (z. B. Radio analog via UKW und digital via DAB).
Smart TV	Smart TV ist eine Sammelbezeichnung für vernetzte bzw. vernetzbare TV-Geräte. Bei Smart-TV-Geräten handelt es sich demnach um solche Fernseher, die über LAN bzw. WLAN mit dem Internet verbunden werden können, zunächst unabhängig davon, welche Funktionalitäten und Dienste über die Internetverbindung tatsächlich nutzbar sind. Mit Blick auf die Anwendungen und Funktionalitäten umfasst Smart TV sowohl die Herstellerportale als auch die Anwendungen, die über den HbbTV-Standard angeboten werden. Synonym zu Smart TV werden auch die Begriffe Hybrid TV sowie Connected TV verwendet, wobei Hybrid TV stärker die

	Verbindung von klassischen TV- sowie Online-Funktionalitäten unterstreicht, während der Begriff Connected TV das Thema Heimvernetzung und Multiscreen in den Fokus rückt.
Split-Screen-Werbung	Unter Split-Screen wird die parallele Ausstrahlung redaktioneller und werblicher Inhalte verstanden. Split-Screen kann in einem gesonderten Fenster als Spotwerbung oder durch optisch hinterlegte Laufbandwerbung erfolgen. Das Werbefenster ist während des gesamten Verlaufs durch den Schriftzug „Werbung“ zu kennzeichnen. Split-Screen-Werbung ist auf die Dauer der Spotwerbung anzurechnen. Split-Screen ist bei der Nachrichtensendung <i>nicht</i> verboten. Generell kann Split-Screen-Werbung von den Rundfunkveranstaltern sehr viel flexibler eingesetzt werden als Spotwerbung, da es für Split-Screen-Werbung keine Abstandsregelungen gibt.
Sponsoring	Sponsoring ist ein Beitrag zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistung zu fördern. Sponsoring stellt eine eigenständige Finanzierungsform dar und gilt im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages nicht als Werbung.
Spot-Werbung	Werbespots sollen in Blöcken und zwischen Sendungen ausgestrahlt werden. Einzelne gesendete Werbespots müssen die Ausnahme bleiben. Bei Fernsehsendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder auch bei Sportübertragungen mit Pausen kann Werbung auch zwischen den eigenständigen Teilen oder in den Pausen eingefügt werden. Kino- und Fernsehfilme können in der Regel einmal pro 45 Minuten unterbrochen werden. Bei Serien soll der Abstand zwischen zwei aufeinander folgenden Unterbrechungen mindestens 20 Minuten betragen.
Streaming	Das Empfangen und gleichzeitige Wiedergeben von Audio- bzw. Videodaten aus einem Servernetz. Streaming Media sind in ihrer linearen Nutzung das Internet-Äquivalent zu klassischen Nutzungsformen des Broadcasts wie Radio und Fernsehen.
suggestiv	unterschwelliger Einfluss
sukzessiv	schrittweise, sequenziell, allmählich, aufeinander folgend, schleichend
time-sharing	Mehrbenutzersystem
TKP	Der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) ist eine rechnerische Größe, mit der man die Medialeistung verschiedener Radio- und Fernsehsender miteinander vergleichen kann. Der TKP gibt an, wie viel man als Werbekunde für einen 30-Sekunden-Spot zahlt, um 1.000 Personen zu erreichen.
Triple Play	Triple Play ist im Telekommunikations- und Breitbandkabelmarkt ein Marketingbegriff für das gebündelte Anbieten der drei Dienste Fernsehen, (IP-)Telefonie und Internet.

Transponder	Bezeichnet ein Funk-Kommunikationsgerät, das eingehende Signale aufnimmt und automatisch beantwortet bzw. weiterleitet.
Unique-Selling-Point	Alleinstellungsmerkmal
Uplink	Bezeichnet die Verbindung mit der Datenflussrichtung, welche aus der Sicht eines Endgerätes in Richtung Telekommunikationsnetz geht.
URL	URLs = Uniform Resource Locator (einheitliche Quellenanzeiger) identifizieren und lokalisieren eine Ressource über die zu verwendende Zugriffsmethode (z. B. das verwendete Netzwerkprotokoll wie http oder FTP) und den Ort (engl. Location) der Ressource in Computernetzwerken. Im allgemeinen Sprachgebrauch werden sie auch als Internetadresse bezeichnet.

III. Abbildungsverzeichnis

Nr.	Titel	Seite
Abbildung 1	Wolf-Dieter Ring (rechts) und Siegfried Schneider (links) bei der Amtsübergabe	52
Abbildung 2	Wirtschaftsplan der BLM 2012 in Mio. €	56
Abbildung 3	Beteiligung der Zeitungsverlage am lokalen Fernsehen in Bayern Ende 2005 in Prozent	88
Abbildung 4	Beurteilung der wirtschaftlichen Lage aus Sicht der privaten Lokal- und Ballungsraum-TV-Anbieter 2011 in Prozent	92
Abbildung 5	Kostendeckungsgrad im privaten Fernsehen in Bayern 2009/2010 in Prozent	95
Abbildung 6	Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Gesamtertrag)	96
Abbildung 7	Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Werbeeinnahmen)	97
Abbildung 8	Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Gesamtaufwand)	97
Abbildung 9	Beschäftigungsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent	98
Abbildung 10	Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage im privaten Fernsehen 2011 aus Sicht der TV-Anbieter in Bayern in Prozent	99
Abbildung 11	Wirtschaftliche Erwartungen für das Jahr 2011 aus Sicht der TV-Anbieter in Bayern in Mio. €	100
Abbildung 12	Umsatzerwartungen Onlinegeschäft für das Jahr 2015 aus Sicht der privaten TV-Anbieter in Bayern in Mio. €	101
Abbildung 13	Lokal-TV-Programmuhr in Bayern 18:00 bis 19:00 Uhr	106
Abbildung 14	DVB-T Empfang in den Regionen München und Nürnberg	111
Abbildung 15	HbbTV-Portal für Lokal-TV	117
Abbildung 16	Karte der Lokal-TV-Programme über digitalen Satellit	118
Abbildung 17	Karte der Lokal-TV-Programme über Kabel	120
Abbildung 18	Karte der bayerischen Fernsehfensterprogramme	121
Abbildung 19	TV Empfangsbedingungen TV Haushalte gesamt vs. Digitale Haushalte 2011 Bevölkerung ab 14 Jahre in TV Haushalten	124
Abbildung 20	Marktanteile Montag bis Freitag 18:00 - 18:30 Uhr 2011 Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten	126
Abbildung 21	Marktanteilsverlauf RTL-Lokalprogramme 2011 Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten	127
Abbildung 22	Wirtschaftliche Entwicklung der 15 aktiven Lokal-TV-Stationen in Mio. Euro	132
Abbildung 23	Gesamtverteilung der Einnahmen im Lokal-TV-Markt in Prozent	134

Abbildung 24	Entwicklung der Werbeeinnahmen der 15 aktiven Lokalsender in Mio. Euro	137
Abbildung 25	Entwicklung von Auftragsproduktionen und Programmverkauf nach Kategorien in Tsd. Euro	139
Abbildung 26	Entwicklung der sonstigen Einnahmen nach Kategorien in Tsd. Euro	141
Abbildung 27	Einnahmen der 15 aktiven Lokalsender aus Ablösesumme und Finanzierungsbeitrag in Mio. Euro, Stand: 2005	144
Abbildung 28	Durchschnittliche Einnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag nach Kategorien in Tsd. Euro	145
Abbildung 29	Durchschnittliche Einnahmen aus dem Teilnehmerentgelt nach Kategorien in Tsd. Euro	148
Abbildung 30	Gesamtverteilung der Kosten im lokalen Fernsehmarkt in Prozent	150
Abbildung 31	Durchschnittliches Monatsgehalt (Arbeitnehmerbrutto) im Lokalfernsehen nach Kategorien in Euro, Stand: 2006	154
Abbildung 32	Durchschnittliche sonstige Kosten nach Kategorien in Tsd. Euro	155
Abbildung 33	Werbeerlöse der Prognos AG für das bayerische Lokalfernsehen in Mio. Euro	159
Abbildung 34	Überregionale Werbeeinnahmen der bayerischen Lokalsender von 2000 bis 2005 in Mio. Euro gesamt	167
Abbildung 35	Image RTL-Wochenendfenster: TV Bayern Live am Sonntag, Weitesten Seherkreis TV Bayern Live	169
Abbildung 36	Karte der 18 Planungsregionen in Bayern	174
Abbildung 37	Entwicklung der Empfangsbedingungen, Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Bayern	179
Abbildung 38	Digitalisierungsgrad beim Kabelempfang, Bevölkerung ab 14 Jahre	182
Abbildung 39	Lokal-TV 1992 - 2011, Tagesreichweite Montag bis Freitag in Tsd., Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern	183
Abbildung 40	Durchschnittliche Verteilung von Apps auf Smart-TV-Geräten 8/2011	191
Abbildung 41	Modellrechnung 1: 350.000 Euro HbbTV-Werbeerlöse in 2016, 10 Prozent Werbekontaktrate, Tausend-Kontakt-Preis heutiger Online-Video-Ads	192
Abbildung 42	Modellrechnung 2: Rund 930.000 Euro HbbTV-Werbeerlöse in 2016, HbbTV-Reichweiteneffekt, 15 Prozent Kontaktrate, Premium-Tausend-Kontakt-Preis	193
Abbildung 43	DVB-S-Kanal-Nutzung ab 01.01.2013 (Planung)	194
Abbildung 44	Der "Kanal 99" bei ASTRA: Standbilder für Lokalfernsehen über Satellit, bisherige Startseite	195
Abbildung 45	Der "Kanal 99" bei ASTRA: Standbilder für Lokalfernsehen über Satellit, 1. Seite der empfangbaren Lokalprogramme	196
Abbildung 46	HbbTV-Portal für Lokalfernsehen über Satellit	197
Abbildung 47	HbbTV-Portal für Lokal-TV: Navigation Bundesländer (ohne Beteiligung)	198

Abbildung 48	HbbTV-Portal für Lokal-TV: Navigation Bundesländer mit Lokal-TV	199
Abbildung 49	"red-button"-Funktion bei Lokal-TV	200
Abbildung 50	Internetangebot eines Lokalsenders am Beispiel von intv	201
Abbildung 51	HbbTV-Entwicklung in Deutschland 2011 - 2016, Zahl der Haushalte mit min. einem vernetzten TV-Endgerät und Zahl der Haushalte mit min. einem vernetzten HbbTV-Gerät	203
Abbildung 52	Lokal-TV ohne Kostenanpassung - Kosten und Erlöse in 2010 ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro	277
Abbildung 53	Lokal-TV mit Kostenanpassung - Kosten und Erlöse in 2010 ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro	281
Abbildung 54	Regionalfernsehen auf Regierungsbezirksebene - Kosten und Einnahmen bei Strukturveränderung ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro	297
Abbildung 55	Auswirkungen einer kostenoptimierten DSL-Signalzuführung auf das Gesamtergebnis	301
Abbildung 56	Modell-Vergleich: Wirtschaftlichkeit von Lokal- bzw. Regionalfernsehen in Bayern ohne Teilnehmerentgelt bzw. Förderung	304

IV. Tabellenverzeichnis

Nr.	Titel	Seite
Tabelle 1	Aufgaben der BLM	57
Tabelle 2	Anzahl erfasster Programme privater Rundfunkanbieter in Bayern 2000 - 2011	94
Tabelle 3	Landesweite TV-Programme	104
Tabelle 4	Lokale Sparten-TV-Anbieter in Bayern	105
Tabelle 5	Typische Programmstruktur bayerischer Lokal-TV-Stationen	107
Tabelle 6	Reichweiten der bayerischen Lokal-TV-Stationen	109
Tabelle 7	Sendeschemata Satellitenkanäle der Lokal-TV-Sender seit 30.04.12	113
Tabelle 8	TV-Daten-Fernsehnutzung	122
Tabelle 9	Marktanteile bayerischer Lokalprogramme in lokalen Kabelverbreitungsgebieten von Montag bis Freitag, Bevölkerung ab 14 Jahre in Prozent	128
Tabelle 10	Tagesreichweite bayerischer Lokalprogramme gesamt von Montag bis Freitag, Bevölkerung ab 14 Jahre, in Prozent	129
Tabelle 11	Weitester Seherkreis bayerischer Lokalprogramme, Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern gesamt in Prozent	129
Tabelle 12	Genreinteressen von Lokalfernsehzuschauern - Top 10 - 2011 Weitester Seherkreis Bayerische Lokalprogramme gesamt	130
Tabelle 13	Erwartungen und Erfüllung durch die Programme 2011 Weitester Seherkreis Bayerische Lokalprogramme gesamt	131
Tabelle 14	Zuweisung der Ablösesumme Abendwerbeschiene RTL, Stand: 2005	143
Tabelle 15	Finanzierungsbeitrag nationaler Privatsender für lokale Fensterprogramme pro Haushalt	143
Tabelle 16	Abstufung des Teilnehmerentgelts pro Kabelhaushalt im Lokal-TV-Empfangsgebiet	147
Tabelle 17	Kosten für die Programmdistribution der bayerischen Lokalprogramme 2006	151
Tabelle 18	Tariflich festgelegte Monatsgehälter im Medienbereich in Euro, Stand: 2005	153
Tabelle 19	Prognos-Schätzung: Kosten und Finanzierungsbedarf der bayerischen Lokalsender von 2002 bis 2010, Stand: April 2001	158
Tabelle 20	Tagespreis pro Sekunde für Spots innerhalb der Nachrichtensendung mit RTL-Fenster in Euro, Stand: 2006	207
Tabelle 21	Vergleich Tausend-Kontakt-Preis Lokalradio mit Tages-Tausend-Kontakt-Preis Lokalfernsehen, Stand: 2006	209
Tabelle 22	Tausend-Leser-Preis der regionalen Tageszeitungen in Bayern, Stand: 2006	210
Tabelle 23	Kosten für die Programmdistribution bayerischer Lokalprogramme, Stand: 2006	217

Tabelle 24	Verteilung der bayerischen Oberzentren innerhalb der sieben Regierungsbezirke	286
Tabelle 25	Finanzierung des lokalen Fernsehens	288
Tabelle 26	Zuschnitt der Sendegebiete	290
Tabelle 27	Kosten für digitale Satellitenkanäle	291
Tabelle 28	Modellrechnung - Zukünftige Sendegebiete und Förderung der technischen Infrastruktur	292
Tabelle 29	Programmleistung des Fernsehens nach Programmgruppen, BR, 2010	314

VI. Vorwort

Mitte 2011 stand für mich die Wahl eines Unternehmens für das vorgesehene Praxissemester an. Ich entschloss mich aus drei Gründen mein „Lehrprojekt Medienunternehmen“ bei einem bayerischen Lokalsender zu absolvieren. Erstens reizt mich, dass es im Lokalfernsehen noch ein großes Potenzial zur Weiterentwicklung gibt, an der ich gerne teilhaben möchte. Der zweite Grund gestaltet sich relativ trivial. Ich bin sehr heimatverbunden und schon während des Studiums stellte ich fest, dass mir das Produzieren von Portraits und Beiträgen über Personen und Geschichten aus der Gegend am besten liegt. Oft meint man, sich in seiner Umgebung gut auszukennen, über die örtlichen Gegebenheiten und die Mentalität der Menschen Bescheid zu wissen. Und doch überrascht es einen immer wieder, Dinge zu erfahren, die sich quasi neben der eigenen Haustüre abspielen, von denen man aber bisher nichts wusste. Die Suche nach solchen Geschichten wollte ich im Rahmen eines Praktikums bei einem Lokalsender aufnehmen. Außerdem, und dies stellt den dritten Grund dar, war ich davon überzeugt, dass die Chancen aktiver Mitarbeit bei einem Lokalsender größer sind als beispielsweise bei den großen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, wie dem BR. Anfang Januar 2012 startete mein Praktikum beim Regionalfernsehen Oberbayern (RFO) in Rosenheim. Die durchwegs positiven Eindrücke im Rahmen einer erfolgreichen Zeit wurden jedoch auch von Diskussionen innerhalb des Senders geprägt, dessen Ende stünde womöglich bevor, dass man nicht wisse, wie es weitergehen solle, und auch, ob alle ihre Jobs behalten würden, war ungewiss. Der Geschäftsführer des RFO, Norbert Haimerl, erklärte dazu, dass die lokalen Fernsehsender in Bayern zu wenige Einnahmen erzielen würden, als dass sie wirtschaftlich arbeiten könnten und deshalb eine finanzielle Förderung vom Staat bekommen würden. Diese Förderung solle aber zum Jahresende 2012 auslaufen und bisher sei noch ungeklärt, wie es danach weitergehen soll. Der Landtag hatte zu dem Zeitpunkt jedenfalls noch keine Informationen herausgegeben, die eine Fortführung der Förderung über 2012 hinaus sicherstellen würde.

In diesem Falle bedeutete das jedoch wahrscheinlich das Aus für die meisten der 16 Lokal-TV-Stationen, das RFO mit eingeschlossen. Da Gewinne und Rücklagen nur in so verschwindend geringem Maße gebildet werden könnten, würde nach einem Ende der Förderung das Geld im besten Fall noch dafür reichen, den Sendebetrieb ein weiteres Jahr lang leidlich aufrecht zu erhalten. Danach wäre aber in der bestehenden Struktur endgültig Schluss.

Aus der Diskussion um dieses Problem und den Fragen nach dem „Wenn“ und „Aber“ ergab sich schließlich das Thema dieser Bachelorarbeit. Alleine schon von Berufs wegen an dieser Materie interessiert, konnte ich den Geschäftsführer des RFO, Norbert Haimerl, sogleich als Zweitbetreuer für meine Arbeit gewinnen.

Die vorliegende Arbeit war in diesem Umfang nur durch die Hilfe und Unterstützung einiger besonderer Menschen möglich.

Vor allem auf Grund der ausgesprochen hilfreichen und konstruktiven Betreuung von Prof. Dr. Detlef Gwosc, dem Erstbetreuer meiner Bachelorarbeit, für die ich ihm an dieser Stelle recht herzlich danken möchte, klärten sich die meisten Fragen und Probleme, die während der Erstellungsphase auftraten, sodass ich mit meiner Arbeit gut vorankommen konnte.

Auch gilt mein besonderer Dank meinem Zweitbetreuer Norbert Haimerl, dem Geschäftsführer des Regionalfernsehens Oberbayern, für die große Unterstützung während der Arbeit.

Zum Schluss möchte ich nicht versäumen, Prof. Dr. Rupert Stettner, dem Rektor der Hochschule für Politik München (HfP), sowie den Geschäftsführern aller 16 lokalen Fernsehsender für das Interesse an diesem Thema und für die Interviews zu danken. Letztere bildeten die konstruktive Grundlage für einen Großteil dieser Arbeit.

Ein besonders herzliches Dankeschön möchte ich an dieser Stelle auch Herrn Dr. Wolfgang Flieger, dem Pressesprecher der BLM, aussprechen. Zum einen ebenfalls für das Experteninterview, zum anderen für seine überaus große Hilfsbereitschaft, seine Begeisterung für das Thema und die große Unterstützung, die er mir so selbstverständlich entgegenbrachte.

1 Einleitung

„Wenn alle Experten sich einig sind, ist Vorsicht geboten.“

Bertrand Russel

Am 20. März 1986 wurden von der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) die ersten Pilotprogramme in Freising und Ingolstadt für lokales Fernsehen zugelassen. Noch im Dezember desselben Jahres verabschiedete der Medienrat der BLM die Teilnehmerentgeltsatzung¹, das erste Instrument in einer langen Reihe von Bemühungen, das lokale Fernsehen in Bayern wirtschaftlich tragfähig zu gestalten.

Seit jeher hält sich unter den Gegnern der Förderung privater, lokaler Fernsehanbieter das Argument, die finanzielle Unterstützung sei von Anfang an nur als Anschubfinanzierung gedacht gewesen, bis die Sender wirtschaftlich auf eigenen Beinen stehen könnten und dürfe deshalb nicht zur Dauersubventionierung ausarten.

Von Anbeginn der Förderung bis dato wurden schätzungsweise insgesamt 235 Millionen Euro aus dem Teilnehmerentgelt und dem Staatshaushalt für die Lokalsender aufgebracht - zusätzlich der 66 Millionen Euro aus der Abendwerbeschiene und dem Finanzierungsbeitrag, aber ohne die Einrechnung der antragsbezogenen Förderung durch die BLM.² Jetzt, im Jahr 2012, ist es den lokalen Fernsehstationen noch immer nicht möglich, ohne Förderung kostendeckend zu arbeiten.

Sie hängen sprichwörtlich am Tropf des Staates, wie der kranke Patient an der Infusion. Seitdem die Süddeutsche Zeitung³ mit dieser Metapher für Aufruhr sorgte, sind die Stimmen der Kritiker immer lauter geworden. Zwar setzen sich sowohl die Regierungskoalition im bayerischen Landtag als auch die Freien Wähler und die SPD weiterhin für den Erhalt der bayerischen Lokalfernsehlandschaft ein, aber die Grünen sowie einige andere kritische Stimmen bleiben hartnäckig und das bayerische Fördersystem der lokalen Fernsehsender gerät zunehmend unter Druck.

„Private Sender müssen sich auch am Markt behaupten können und dürfen nicht auf Dauer am Tropf des Staates hängen.“⁴

¹Vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 29 zur finanziellen Förderung der bayerischen Lokal-TV-Anbieter

²Vgl. Flieger Wolfgang, Pressesprecher der BLM.: Experteninterview vom 12.06.12

³Vgl. Stroh, Kassian: „Am Tropf des Staates“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 04.08.09, S. 29

⁴Gote, Ulrike: „Privates Lokalfernsehen: Schluss mit der Subventionierung, v. 14.02.12.

URL: <http://www.gruene-fraktion-bayern.de/themen/netz-und-medien/medienpolitik/privates-lokalfernsehen-schluss-mit-der-subventionierung> (Zugriff am 11.05.2012 um 10:04 Uhr)

Studien und Rechtsgutachten wurden erstellt, um zu beweisen, dass die bayerischen Lokalsender auf keinen Fall ohne Förderung wirtschaftlich arbeiten könnten, die Förderung deshalb unerlässlich und darüber hinaus politischer Wille, ja sogar verfassungsmäßig geboten sei. Vor allem sei die Förderung nie als Anschubfinanzierung gedacht gewesen, sondern vielmehr als Finanzierungsmöglichkeit von lokalem Fernsehen, weil man von Anfang an wusste, lokales Fernsehen wird sich immer nur sehr schwer selbst finanzieren können.⁵ Auf der anderen Seite ist man bestrebt, dezidiert Unmut zum Ausdruck zu bringen. Es werden Fachmänner akquiriert, die beweisen sollen, dass das ganze Fördersystem schweren rechtlichen Bedenken gegenüber steht. Nichts wird unversucht gelassen, die Kritikpunkte substantiell zu untermauern.

Die zentrale Forschungsfrage dieser Bachelorarbeit lautet deshalb: Weshalb ist es in der aktuellen Situation nicht möglich, dass die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne finanzielle Förderung kostendeckend wirtschaften können – und welche Möglichkeiten bestehen, eine weitgehende Unabhängigkeit von der Förderung zu erreichen?

Selbst wenn von Anbeginn eine dauerhafte Förderung der lokalen Fernsehanbieter geplant war, muss Kritik am System zunächst ernst genommen und untersucht werden. Denn in Zeiten von Transparenz und der nahezu vollständigen Offenlegung sämtlicher Zahlen und Daten sind diejenigen in der Bedrängnis, sich rechtfertigen zu müssen, die staatliche Gelder kassieren und ausgeben. Inwiefern sie dem nachkommen und infolgedessen an welcher Stelle bzw. in welchem Umfang demnach Kritik berechtigt ist, wird nachfolgend geprüft werden.

Im ersten Teil dieser Arbeit sollen dem Leser zunächst grundlegende Informationen über die geschichtliche und rechtliche Entwicklung der Förderung sowie die Funktion der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und die aktuelle Rolle des lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft anhand von Positionen politischer Parteien sowie Wirtschaft und Verbänden vermittelt werden. Auf Grund dieser Fakten ist es möglich, die weiteren Ausführungen einzuordnen und sich eine eigene Meinung zu bilden.

Anschließend wird die wirtschaftliche Lage der lokalen Fernsehsender einschließlich verschiedener Entwicklungspotenziale sowie eine Übersicht über die sich daraus ergebenden möglichen zukünftigen Entwicklungen, vor allem im Bereich neuer Übertragungsplattformen, dargestellt.

⁵Vgl. Flieger Wolfgang, Pressesprecher der BLM.: Experteninterview vom 12.06.12

Des Weiteren soll geprüft werden, wo das bestehende System an rechtliche Grenzen stößt und inwiefern daraus Handlungsbedarf erwächst. En Detail wird die Vereinbarkeit der Bayerischen Verfassung mit höherrangigem Recht dahingehend geprüft, ob ein Grundversorgungsauftrag der lokalen Fernsehsender besteht, die nötige Staatsferne bei einer Finanzierung aus dem Staatshaushalt gegeben ist und vor allem, ob die Förderung mit dem europäischen Wettbewerbsrecht vereinbar ist. Ferner bleibt zu begutachten, ob auf der anderen Seite eine staatliche Finanzierungsverantwortung gegenüber der BLM oder den Lokalen zu statuieren ist und wo die Finanzautonomie der BLM ihre Grenzen erreicht hat.

Im letzten Teil der Arbeit werden Optimierungsmöglichkeiten und Lösungsvorschläge zur Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern aufgezeigt. Einerseits gilt es zu beachten, inwiefern dabei die bestehende Struktur erhalten bleiben kann, und andererseits wo sich durch radikale Veränderungen Einnahmen und Kosten so optimieren lassen, dass die Abhängigkeit von der Förderung weitgehend umgangen werden kann. In diesem Sinne schließen sich zudem höchst spekulative Diskussionsthemen um die Einführung eines dualen Systems in Bayern oder die Übernahme des Lokalprogramms durch den BR an.

Die Argumente bauen jeweils aufeinander auf. Zwischenfazits und kurze Zusammenfassungen am Ende eines jeden Kapitels sorgen für Übersichtlichkeit und Verständlichkeit.

Relevanz beansprucht diese Arbeit deshalb, weil durch aufgezeigte Ansätze in großem Umfang Geld gespart werden kann. Sie vermag Defizite und Problemstellungen im System aufzuzeigen und gibt mögliche zukünftige Lösungsvorschläge dafür an. Interessante Aspekte bieten in diesem Zusammenhang auch die rechtliche Bedenklichkeit bzw. Unbedenklichkeit der aktuellen Situation und welche Auswirkungen diese auf eine mögliche zukünftige Förderung hätten.

„Freiheit ist das Recht, anderen zu sagen, was sie nicht hören wollen.“

George Orwell

Lokale Fernsehsender, die BLM und gegebenenfalls der Gesetzgeber könnten daher von der Arbeit profitieren, indem sie aus dem erarbeiteten Material die für ihre Belange zutreffenden Verbesserungsvorschläge bzw. Anregungen zu Wirtschaftlichkeit und Rechtmäßigkeit herausfiltern. Andererseits halten manche Erkenntnisse womöglich Enttäuschungen für die lokalen Sender bereit, indem Vorschläge zu Strukturveränderungen dargestellt werden, die erheblich negative Auswirkungen auf die jetzige Lokalfernsehlandschaft haben könnten. Gegner des Systems mögen vielleicht unbefriedigt reagieren, indem diese Arbeit ihre Behauptungen und Argumentationen zum Teil widerlegen und entkräften.

1.1 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, verschiedene Optimierungsmöglichkeiten aufzuzeigen, anhand derer Kosten bei den lokalen Fernsehsendern in der bestehenden Struktur gespart sowie mehr Einnahmen generiert werden können. Dabei soll deutlich gemacht werden, welche Möglichkeiten zum Erreichen der wirtschaftlichen Tragfähigkeit bereits ergriffen worden sind und welche Auswirkungen dies nach sich gezogen hat. Vor allem aber ist zu analysieren, in welche Richtung sich die lokalen Fernsehsender entwickeln könnten. Dieser Anspruch verleitet auch zu höchst spekulativen in Betracht zu ziehende Maßnahmen. Welche Konsequenzen wären zu erwarten, wenn durch die Änderung der Bayerischen Verfassung in Bayern ein echtes duales Rundfunksystem wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands herrschen würde? Dann wäre der Weg einer staatlichen Förderung verhindert und die lokalen Fernsehsender müssten genauso wie die großen Privaten wirtschaftlich bestehen können einschließlich der damit einhergehenden finanziellen Problematik, deren Auswirkungen es wiederum zu betrachten gälte. Des Weiteren wird im Schrifttum oft die Forderung laut, lokale Berichterstattung gehöre in das Programm der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Wieso könne zum Beispiel nicht der BR das Lokalfernsehen in sein Programm integrieren? Beim WDR funktioniert das doch auch. Doch auch hier stellt sich die Frage, zu welchem Preis dies geschähe und welcher Weg dabei der richtige wäre. Wenn man nach Abwägung verschiedenster Aspekte trotzdem zu dem Schluss gelangt, dass unabhängig davon, welcher Weg beschritten wird, auf jeden Fall der Erhalt einer lokalen Berichterstattung und deren Vielfalt über den ganzen Flächenstaat Bayern gesichert, aber trotzdem eine wirtschaftliche Tragfähigkeit ohne Förderung erreicht werden soll, dann ist vielleicht eine völlige Umstrukturierung der Lokalfernsehlandschaft die einzig adäquate Lösung. Aber auch der Schluss, dass eine staatliche Förderung unerlässlich ist, könnte nach Abwägung aller Möglichkeiten durchaus berechtigt sein. Die Herausforderung, diese Fragestellungen aufzuschlüsseln und zu beantworten, gilt es in dieser Bachelorarbeit anzunehmen wie umzusetzen.

1.2 Herangehensweise

Nachfolgend soll dargestellt werden, auf welche Bereiche die Themen dieser Arbeit eingegrenzt wurden und welche Gründe für diese Themeneingrenzung sprechen. Darüber hinaus wird die weitere Vorgehensweise sowie deren Ablauf und Aufbau vorgestellt.

1.2.1 Themeneingrenzung

Art. 111 a Abs. 2 der Bayerischen Verfassung gestattet Rundfunk in Bayern nur in öffentlich-rechtlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft. Somit ist ein echtes duales Rundfunksystem, indem privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunk gleichwertig nebeneinander bestehen, ausgeschlossen. Der Freistaat Bayern statuiert damit eine Sondersituation für sich. Denn dieses Rundfunksystem ist nicht nur in der Bundesrepublik Deutschland einzigartig - weltweit gibt es kein vergleichbares Modell.

Dieses System bedingt jedoch erhebliche Einschränkungen für die Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Fernsehsender. Als „quasi“-öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter sind sie einem strikt vorgegebenen Programmauftrag durch das Bayerische Mediengesetz unterworfen. Genau an dieser Stelle wird deshalb eine Reihe von Argumentationsketten ausgelöst, die den Rahmen dieser Arbeit bilden.

Wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sollen die lokalen Fernsehsender ihren programminhaltlichen Fokus auf soziale, wirtschaftliche, politische, kulturelle, kirchliche usw. Themen richten. Dabei ist sogar ein zeitlicher Rahmen des zu erfüllenden Programmumfangs vorgegeben.⁶ Daraus ergibt sich allerdings auch eine Begrenzung der zulässigen Werbezeiten, was dazu führt, dass die möglichen Einnahmen aus Werbung zwangsläufig irgendwann stagnieren. Ebenso ist das vorgegebene Programmumfeld für viele Werbetreibende wenig attraktiv und nicht geeignet, um ihre Werbung darin zu platzieren. Bereits hier wird deutlich, dass alleine schon auf Grund gesetzlicher Vorgaben die lokalen Fernsehsender in ihrer Wettbewerbsfähigkeit beschnitten sind. Und wo sich nicht mehr Einnahmen generieren lassen, können nur noch Ausgaben gekürzt werden, um einen positiven Kostendeckungsgrad zu erreichen. Will man allerdings die bestehende Qualität der lokalen Programme beibehalten, sind auch hier irgendwann Grenzen gesetzt. Damit wird deutlich: weder mit weniger Personal noch mit weniger technischem Equipment lassen sich qualitätsvollere Programme produzieren.

In der aktuellen Situation ist es den lokalen Fernsehanbietern auf Grund dieser und sich daraus ergebender anderer Gründe, auf die später noch detailliert eingegangen werden soll, nicht möglich, wirtschaftlich zu arbeiten. Deswegen sind sie auf eine finanzielle Förderung angewiesen. Diese Förderung aber läuft zum 31.12.2012 aus.⁷ Daraus ergibt sich die Frage, wie es in Zukunft mit dem lokalen Fernsehen weiter ge-

⁶Vgl. Art. 23 BayMG

⁷Art. 23 BayMG, Fußnote: „Die Bestimmung tritt mit Ablauf des 31. Dezember 2012 außer Kraft.“

hen soll. Es ist zu prüfen, wie lange eine Förderung noch vertretbar wäre und wie hoch diese sein sollte. Außerdem soll wie bereits oben erwähnt analysiert werden, mit welchen Mitteln es möglich wäre, dass die lokalen Fernsehsender sich auch ganz ohne Förderung wirtschaftlich tragen können. Auf der anderen Seite wurden im Schrifttum vermehrt rechtliche Bedenken gegen die aktuelle Förderung aus dem Staatshaushalt geäußert. Deshalb soll vor diesem Hintergrund auch die Verfassungsmäßigkeit der momentanen staatlichen Förderung geprüft und aufgezeigt werden, wo bei etwaigen Verstößen rechtlicher Handlungsbedarf besteht. In diesem Sinne kann ebenfalls ein Ausblick auf die rechtliche Unbedenklichkeit bzw. Bedenklichkeit einer geplanten zukünftigen Fortsetzung der Förderung nach 2012 gegeben werden.

Bei eingehender Betrachtung, alleine der Fördersituation der bayerischen Lokalsender, stellt sich heraus, dass sich dieses Thema von selbst begrenzt. In den Bereichen Wirtschaftlichkeit sowie Rechtmäßigkeit eröffnen sich weitreichende Problemfelder, die es zu lösen gilt. Eine deutschlandweite Betrachtung des Themas oder sogar ein europaweiter Vergleich würden den Rahmen dieser Bachelorarbeit sprengen. Deshalb beschränkt sich die Betrachtung des Gegenstandes nur auf die bayerische Lage, die an sich schon so einzigartig ist, dass sie Beachtung verdient.

1.2.2 Vorgehensweise

Der erste Teil der Arbeit „Grundlagen zur Einordnung der Förderung“ verschafft dem Leser ein Überblick über verschiedene Voraussetzungen, die nötig sind, um die späteren Analysen zu Wirtschaftlichkeit und Rechtmäßigkeit nachvollziehen zu können. Zuerst wird die geschichtliche und rechtliche Entwicklung der Förderung beschrieben. Dabei steht vor allem das Konstrukt des alternativen Rundfunksystems in Bayern im Fokus der Betrachtung. Anschließend wird kurz das bisherige Fördermodell aus dem Teilnehmerentgelt, das bis 2007 bestand, sowie die aktuelle Förderung aus dem Staatshaushalt, die zum Jahresende ausläuft, dargelegt. Auf Grundlage eines nicht veröffentlichten Grundlagenpapiers zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern, das der Verband Bayerischer Lokalfunk (VBL) und die Vereinigung Bayerischer Rundfunkanbieter (VBRA) stellvertretend für die lokalen TV-Anbieter im Landtag eingereicht haben, soll auch das Modell einer möglichen zukünftigen staatlichen Förderung von 2013 bis 2016 beleuchtet werden.

Danach folgt eine kurze Vorstellung der BLM mit ihren Aufgaben, den sie repräsentierenden Organen und vor allem, welche Fördermaßnahmen sie zusätzlich zur staatlichen Förderung leistet. Angefangen von der Programmförderung bis hin zur Förderung der technischen Infrastruktur ist hier eine breite Palette von Beihilfen geboten.

Ein wichtiger und nicht zu vernachlässigender Aspekt handelt im Anschluss von der aktuellen Rolle des lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft. Dabei

kommen Meinungen von politischen Parteien, vertreten durch Staatsregierung und Opposition sowie des Obersten Rechnungshofes (ORH) zum Zuge. Aber auch die Standpunkte von Wirtschaft und Verbänden, vor allem des VBL, der VBRA, der Verlage und natürlich der lokalen Fernsehanbieter selbst, finden hier Gehör. Bereits recht schnell am Anfang der Arbeit zeigt sich deutlich, wie weit die unterschiedlichen Ansichten hier auseinanderklaffen.

Der zweite Teil der Bachelorarbeit „Grundlegendes zur wirtschaftlichen Lage der lokalen TV Sender in Bayern“ ermöglicht dem Leser einen auf Zahlen basierenden Einblick in die Wirtschaftsstruktur der lokalen Fernsehsender in Bayern. Dabei soll zuerst die allgemeine Angebotspalette in Bezug auf das Programmangebot sowie Reichweiten und Marktanteile erörtert werden.

Hierbei und im Folgenden stützt sich die Arbeit vor allem auf die Studie „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011. Die Rundfunkwirtschaft im Überblick.“ von Mathias Birkel, Klaus Goldhammer, Christine Link und André Wiegand, herausgegeben von „die medienanstalten“ in Hamburg, Berlin und München am 05.12.2011. Des Weiteren bildet die „Funkanalyse 2011“, durchgeführt von TNS Infratest und Media Research und herausgegeben von der BLM, eine wichtige Grundlage für dieses Kapitel. Die aussagekräftigsten Zahlen liefert in diesem Zusammenhang die Studie „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ von Klaus Goldhammer, André Wiegand und Cay-Norbert Polley, erschienen im Verlag Reinhard Fischer in der BLM Schriftenreihe Band 87 und veröffentlicht 2006 in München. Jedoch sind heute, im Jahr 2012, diese Zahlen aus 2006 angesichts des sich schnell wandelnden Mediums Fernsehen schon einigermaßen veraltet. Deswegen war das Bestreben, anhand von Fragebögen, die an alle 16 lokalen Fernsehstationen in Bayern ausgegeben wurden, diese Zahlen auf den neuesten Stand zu bringen, um deren wirtschaftliche Situation so realitätsnah wie möglich aufzuzeigen.

In diesem Abschnitt gelingt es ferner, die bisherige Einnahmen- und Kostenentwicklung bezüglich der Entwicklung des Kostendeckungsgrades, der Einnahmen aus Werbung, Auftragsproduktionen und Programmverkauf, dem Finanzierungsbeitrag und der Ablösesumme aus der Abendwerbeschiene RTL, der Förderung sowie sonstiger Einnahmen darzulegen. Auf der anderen Seite wird die Kostenentwicklung unter Berücksichtigung der Technikkosten, Personalkosten und sonstigen Kosten geschildert.

Daraus ergibt sich die Darstellung der bisher ergriffenen Maßnahmen der lokalen Fernsehsender zur Erreichung ihrer wirtschaftlichen Tragfähigkeit. Hier erfolgt eine Übersicht über die vorgenommenen Umstrukturierungen der Sendegebiete durch die BLM. Denn zwischenzeitlich waren weit mehr als die aktuellen 16 Anbieter gleichzeitig genehmigt. Das hatte zur Folge, dass sich die Fernsehsender gegenseitig Konkurrenz machten und ihre wirtschaftliche Situation sich zunehmend verschlechterte. Daraufhin

optimierte die BLM die einzelnen Versorgungsgebiete so, dass pro Sendegebiet nur noch ein Anbieter lizenziert wurde. Die Übrigen sollten lediglich Spartenprogramme als Zulieferer für die größeren Sender produzieren. Seitdem besteht die lokale Fernsehlandschaft in der Struktur wie wir sie heute kennen.

Auch Auswirkungen der gemeinsamen Werbevermarktung durch TV-Bayern werden in diesem Sinne analysiert. Außerdem wurden weitere Optimierungsmaßnahmen, wie der Ausbau der technischen Reichweite sowie die radikale Einnahmen- und Kostenoptimierung durch die lokalen Fernsehanbieter selbst, ergriffen.

Mögliche zukünftige Entwicklungen könnten in den Bereichen Digitalisierung und technische Reichweite zu positiven Ergebnissen führen. Dabei darf die Nutzung neuer Übertragungsplattformen, wie IPTV, Mobile TV über DMB oder DVB-H und Smart TV, auch bekannt als Hybrid TV (HbbTV), nicht außer Acht gelassen werden. Wie sich diese Möglichkeiten auf die lokalen Fernsehsender auswirken könnten, zeigen die Verläufe von Erlöspotenzialen und Kostenentwicklungen.

Im dritten Teil dieser Arbeit „Grundlegendes zur Rechtmäßigkeit der staatlichen Förderung von lokalen TV-Sendern in Bayern“ wird das aktuelle Fördersystem aus dem Staatshaushalt einer grundlegenden rechtlichen Prüfung unterzogen. Dabei soll festgestellt werden, ob der Art. 111 a BV, der den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt der BLM statuiert, mit höherrangigem Recht vereinbar ist. Verschiedene Arten von möglichen Verstößen werden hierbei evaluiert und entsprechend eingeordnet. Es schließt sich die Aufarbeitung der Frage an, ob die lokalen Fernsehanbieter in Bayern einen Grundversorgungsauftrag für sich beanspruchen können oder nicht. Des Weiteren gilt es zu untersuchen, ob die nötige Staatsferne bei einer Finanzierung aus dem Staatshaushalt tatsächlich eingehalten wird und wie hier die Rechtslage bei einer möglichen zukünftigen Förderung wäre, die zwar ebenfalls aus dem Staatshaushalt stammt, allerdings jedoch nur zur Unterstützung der technischen Infrastruktur und Distribution geleistet werden soll. Im Zusammenhang mit der staatlichen Förderung wird auch die Betrachtung des europäischen Wettbewerbsrechts immer wichtiger. An dieser Stelle wird geprüft, ob eine verbotene Beihilfe vorliegt, welche Ausnahmen es von dem Beihilfeverbot nach europäischem Recht gäbe und ob die Kriterien eines Ausnahmetatbestandes erfüllt sind, um so die rechtliche Unbedenklichkeit der Förderung festzustellen.

Hier stützt sich die Arbeit vor allem auf verschiedene Rechtsgutachten, die durch ein Experteninterview mit Prof. Dr. Rupert Stettner, dem Rektor der Hochschule für Politik München (HfP), ergänzt werden. Vor allem ein von den Grünen in Auftrag gegebenes Gutachten findet hier auf Grund seiner Aktualität und seiner gewichtigen rechtlichen „Vorwürfe“ besondere Beachtung: „Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte.“ von Stefan Lorenzmeier, erschienen 2011 in der Nomos Verlagsgesellschaft, Edition Reinhard Fischer, in Baden-

Baden. Herauszustellen ist an dieser Stelle aber ganz deutlich, dass noch kein Gericht die verfassungsmäßige Rechtmäßigkeit der bestehenden Situation anzweifelte, geschweige denn aktuell ein Verfahren dagegen läuft. Die relevanten Aspekte dieses Abschnitts sind also in jedem Falle reine Auslegungssache. Auch in oben genannten Rechtsgutachten sowie zahlreichen weiteren Werken kann fast jeder Punkt sinngemäß so interpretiert werden, dass dies für die jeweilige Pro- oder Contra-Partei“ zu einem annehmbaren Ergebnis führt. Von daher besteht der Anspruch, offensichtlich gegenteilige Meinungen in Verbindung zueinander zu bringen und daraus jeweils mit Hilfe des Experteninterviews ein adäquates Fazit zu ziehen.

Von Seiten der Befürworter der Förderung lokalen Fernsehens in Bayern wird weitergehend sogar behauptet, es bestehe eine staatliche Finanzierungsverantwortung gegenüber der BLM. Auch hier sollen mögliche Verstöße durch die Bayerische Verfassung bzw. das Bayerische Mediengesetz beleuchtet werden. Zuletzt wurde die BLM durch § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG dazu verpflichtet, von 2010 bis einschließlich 2012 einen jährlich festgelegten Beitrag zur Förderung nach Art. 23 des Bayerischen Mediengesetzes der lokalen Fernsehanbieter zu leisten. Ob diese Vorschrift in unrechtmäßiger Weise in die Finanzautonomie der BLM eingreift und welche Folgen dies gegebenenfalls nach sich ziehen würde, soll im letzten Punkt dieses Kapitels erörtert werden.

Der letzte und wichtigste Abschnitt „Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern“ präsentiert schließlich Optimierungsmöglichkeiten und Lösungsvorschläge dahingehend, wie die lokalen Fernsehsender in der bestehenden oder einer veränderten Struktur Kosten sparen können - bis hin zu radikalen Veränderungen des Systems, die eine völlige Unabhängigkeit von einer finanziellen Förderung darstellen. Zunächst wird dabei von Optimierungsmöglichkeiten in der bestehenden Situation ohne Förderung ausgegangen. Dabei zeigt sich deutlich, dass mit kleinen Veränderungen der Kostendeckungsgrad erheblich verbessert werden kann. Ohne Kostenanpassung muss jedoch davon ausgegangen werden, dass die derzeitige Vielfalt von lokalen Fernsehsendern nicht erhalten bleiben kann. Verändert man hingegen grundlegend die Struktur der lokalen Fernsehlandschaft hin zu einem Regionalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene, kann einerseits die Lokalberichterstattung per se zumindest zum Teil erhalten bleiben, und andererseits wird eine weitgehende Unabhängigkeit von einer finanziellen Förderung erreicht. Das würde zwar viele Mitarbeiter ihre Stellen kosten, da die meisten Lokalsender dann nur noch eine Art Produktionsbüro oder Zulieferer (mit ca. 4 statt bisher im Durchschnitt 30 Mitarbeitern) für die Oberzentren wären, wodurch aber dann die Wahrscheinlichkeit sehr viel höher wäre, dass alle Stationen wirtschaftlich tragfähig arbeiten können.

In beiden Modellen, ob mit oder ohne Strukturveränderung, lassen sich überdies die Distributionskosten weiter optimieren, was wiederum zum Erreichen einer wirtschaftlichen Tragfähigkeit beiträgt.

Letztlich gibt es noch zwei Möglichkeiten, die im Rahmen dieser Ausführungen unbedingt examiniert werden müssen. Zum einen betrifft dies die Frage, warum nicht der BR, der als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt laut verschiedener Ansichten in der Literatur sowieso zur lokalen und regionalen Berichterstattung verpflichtet ist, das Angebot der Lokalen in sein Programm integriert.

Schließlich und endlich ist zu prüfen, ob und gegebenenfalls mit welchen Auswirkungen es überhaupt möglich wäre, die Bayerische Verfassung dahingehend zu ändern, dass Rundfunk in Bayern nicht mehr nur ausschließlich unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft und in öffentlich-rechtlicher Verantwortung (vgl. Art. 111 a Abs. 2 BV) betrieben werden darf, sondern ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt würde. Bei diesem existieren öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands auch. Natürlich ist bei dieser Variante damit zu rechnen, dass viele lokale Fernsehsender schließen müssen und weniger publizistisch wertvolle Beiträge produziert werden können, weil sich die Sender überwiegend aus Werbung finanzieren und am Markt behaupten müssen.

Fazit und Zusammenfassung markieren rückblickend wesentliche Punkte der Arbeit und zeigen kumuliert die bestehenden Defizite im aktuellen System auf, machen Potenziale deutlich und verweisen schließlich auf die jeweiligen Ergebnisse. Der persönlich gefärbte Schlussgedanke lässt Raum für eine Zukunftsprognose.

Zwischenfazits nach den meisten umfangreicheren Punkten erleichtern den strukturellen Überblick. Außerdem wird am Ende jedes gewichtigen Kapitels eine kurze Zusammenfassung gegeben.

2 Recherchequellen

Zur Einarbeitung in das Thema dienten vor allem Gespräche, um sich einen grundlegenden Überblick zu verschaffen. Besonders hilfreich waren dabei die Diskussionen mit Norbert Haimerl. Selbst Geschäftsführer eines lokalen Fernsehsenders in Bayern, dem RFO, beschäftigt er sich selbstredend fortwährend mit der aktuellen Fördersituation. Unter anderem als Dozent an der LMU in München hat er zu diesem Thema diverse Reden, Aufsätze und Konzepte verfasst, die den Standpunkt der lokalen TV-Anbieter verdeutlichen. Der Einblick in diese Schriften half, einen realistischen Überblick über die Situation der lokalen Fernsehsender zu gewinnen. Schließlich sind sie diejenigen, die die Konsequenzen politischer Entscheidungen tragen müssen.

Durch Norbert Haimerl entstand der Kontakt zu Dr. Wolfgang Flieger, dem Pressesprecher der BLM. Dadurch, dass er die meisten Pressemitteilungen der BLM verfasst und selbst als langjähriges Mitglied der Landeszentrale fungiert, besitzt er einen guten Überblick über die Entwicklung der lokalen Fernsehsender und des Fördersystems innerhalb der letzten Jahre. Der umfangreichen persönlichen und schriftlichen Kommunikation mit ihm konnten gezielte, spezielle Informationen zum Thema entnommen werden. Außerdem lieferte er umfangreiche und vor allem hilfreiche Literaturtipps. Schließlich stellte er sich selbst für ein Experteninterview zur Verfügung.

Als sehr aufschlussreich, um die allgemeine Situation und den Standpunkt der BLM besser einschätzen zu können, erwies sich auch ein Gespräch mit Siegfried Schneider, dem aktuellen Präsidenten der BLM und früheren Leiter der Staatskanzlei sowie ehemaligen Staatsminister für Unterricht und Kultus beim Medientag „total digital“ am 5. Mai 2012 auf der Neuen Messe in Rosenheim.

Besonders der letzte Teil dieser Arbeit stützt sich auf die Experteninterviews mit Dr. Wolfgang Flieger, Prof. Dr. Rupert Stettner und Ulrike Gote⁸, der medienpolitischen Sprecherin der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen des Bayerischen Landtags.

Die wichtigsten Zahlen zur wirtschaftlichen Situation der lokalen Fernsehsender in Bayern lieferten die Studien „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“, die „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“ sowie der „Geschäftsbericht 2010“ der BLM und nicht zuletzt die „Funkanalyse 2011“. Um jedoch

⁸Ursprünglich war für diese Arbeit ein Experteninterview mit Ulrike Gote geplant. Die Zusage lag bereits Mitte Juni 2012 vor. Doch wegen schwerer Krankheit fiel Ulrike Gote plötzlich und unerwartet langfristig aus. Auch nach mehrmaliger Anfrage konnte kein Stellvertreter oder Ersatzkandidat als Interviewpartner gefunden werden. Begründet wurde dies damit, dass Gote als medienpolitische Sprecherin der Fraktion die „einzige“ Expertin zu diesem Thema wäre. Kollegen und Stellvertreter seien in diesem Bereich nicht so bewandert, als dass sie sich einem Interview zur Verfügung stellen könnten.

Die Grünen sind momentan die einzige Partei im Bayerischen Landtag, die sich gegen die Förderung der bayerischen Lokalsender aus staatlichen Mitteln aussprechen. Im Interview sollte geklärt werden, aus welchen Gründen diese Position von den Grünen vertreten wird und welche Alternativen, Lösungsvorschläge, Konzepte etc. sie anzubieten haben. Da über die möglichen Antworten nicht spekuliert werden kann, muss darauf verzichtet werden, eine Stellungnahme der Grünen in diese Arbeit einzubeziehen. Die geplanten Interviewfragen sind in Anlage Nr. 6 abgedruckt.

die aktuelle Situation in 2012 realitätsnah abbilden zu können, enthielten die angegebenen Werke teilweise zu veraltete oder zu allgemeine Informationen. Deswegen wurden für diesen Abschnitt der Arbeit Fragebögen entwickelt, die an alle 16 bayerischen Lokalsender geschickt und anschließend ausgewertet wurden.

Diese Resultate lieferten zum Teil sehr unterschiedliche Ergebnisse in der Verwertbarkeit ihrer Aussagekraft und wurden daher durch das Experteninterview mit Dr. Wolfgang Flieger ergänzt.

Als Quellen für den rechtlichen Teil dieser Arbeit dienten vor allem verschiedene Gutachten. Die wichtigsten Werke hierfür waren die

- „Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte“,
- „Die Finanzautonomie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien im Lichte der aktuellen Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote“,
- das „BLM-Symposion Medienrecht 2000. Voraussetzungen und Grenzen einer staatlichen Gewährleistungspflicht für die Finanzierung lokaler Rundfunkangebote in Bayern“,
- das „BLM-Symposion Medienrecht 2011. Anforderungen und Erwartungen an die Aufsicht über Rundfunk und Telemedien – Möglichkeiten und Grenzen der gesellschaftlichen Kontrolle“
- sowie die „Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Rahmenbedingungen staatlicher Finanzierungsverantwortung“ und
- „Der verfassungsrechtliche Status der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)“.

Ebenso wichtig waren hierbei Gesetzestexte, Verordnungen, Rechtsnormen, Urteile usw., die die Grundlage für das Aufstellen verschiedener Thesen bildeten. Jedoch ist fast jedes Gesetz interpretationsbedürftig und in fast allen Werken findet man unterschiedlichste Auslegungen. Deswegen wurde auch an dieser Stelle ein Experteninterview mit Prof. Dr. Rupert Stettner, dem Rektor der Hochschule für Politik München (HfP), durchgeführt, um die jeweiligen Kritikpunkte aufzuschlüsseln und eindeutige Ergebnisse erhalten zu können. Mit Hilfe dieses Interviews war es möglich, die Komplexität aus Gutachten, Gegengutachten bzw. Stellungnahmen zu entzerren und verständlich aufzubereiten.

Um die Positionen von politischen Parteien sowie Wirtschaft und Verbänden darzustellen, wurden unter anderem durch Zuhilfenahme des Internets überwiegend Wahlprogramme, Interviews, Reden, Pressemitteilungen und Gesetzesentwürfe ausgewertet. Verschiedene Studien, Geschäftsberichte sowie viele nicht veröffentlichte Werke runden die grundsätzlich nach dem Kriterium der Aktualität ausgewählten Literaturquellen dieser Arbeit ab.

A **Grundlegendes zur Einordnung der Förderung**

3 Geschichtliche und rechtliche Entwicklung der Förderung

In den nachfolgenden Kapiteln wird oft Bezug auf die vergangene Fördersituation sowie ältere Urteile und Gesetze genommen. Deswegen soll die geschichtliche und rechtliche Entwicklung der Förderung dargestellt werden, um zum Verständnis und zur Einordnung verschiedener aktueller Entscheidungen, die aus früheren Strukturen resultieren, beizutragen.

3.1 Grundlegendes

Im Zweiten Weltkrieg war Rundfunk nichts anderes als ein reines Propagandainstrument der Regierung. Als der Krieg 1945 endete, wurde Rundfunk zunächst alleine von den Alliierten betrieben. 1949 ging er dann wieder in deutsche Hände über. Von nun an sollte Rundfunk ein unabhängiges publizistisches Medium sein, weswegen die Alliierten den staatsfreien Rundfunk verordnen. Schließlich wurde der Rundfunk als Garant der Demokratie und der Meinungsfreiheit im Art. 5 des Grundgesetzes, das noch im selben Jahr verabschiedet wurde, mit aufgenommen. Bereits ein Jahr später gründete sich die ARD mit den damaligen dritten Programmen von BR, HR, NWDR, RB, SDR und SWF. Mit dem ersten Bundesverfassungsgerichtsurteil in Rundfunkangelegenheiten am 28.02.1961, das die Länder als Träger der Kulturhoheit bestimmte, wurden die Weichen für die spätere bayerische Gesetzgebung gelegt. Die Ausgestaltung von Rundfunkinhalten war von da Ländersache. 1964 folgte der Beginn der Ausstrahlung dritter Fernsehprogramme durch die Landesrundfunkanstalten und am 01.01.1976 die Arbeitsaufnahme der GEZ.⁹

Bereits Anfang der 70er Jahre wurde in der Politik die Diskussion um eine Veränderung des Rundfunkgesetzes laut. Ziel der Regierung, die damals mit absoluter Mehrheit die CSU bildete, war einerseits, den Einfluss der Politik auf den Rundfunk zu stärken, sprich mehr Politiker in den Rundfunkrat des BR zu entsenden, und andererseits sollte privater Rundfunk ermöglicht werden. Der damalige CSU-Vorsitzende Franz-Josef Strauß hatte bereits im Bundestagswahlkampf 1969 privates Fernsehen in Deutschland gefordert, mit der Begründung, die Mindestbedingungen für eine ausgewogene faire Berichterstattung alleine durch die öffentlich-rechtlichen Sender seien nicht erfüllt.

⁹Vgl. GEZ: Geschichte des Rundfunks in Deutschland.

URL: www.gez.de/e160/e161/e355/geschichte_rundfunk_neues_logo.pdf (Zugriff am 10.05.12 um 11:13 Uhr)

Schließlich unterzeichnete der damalige bayerische Ministerpräsident Alfons Goppel am 01.03.1972 ein neues bayerisches Rundfunkgesetz, das den Einfluss der Politik am Rundfunk maßgeblich stärken sollte.

Kurz darauf bildete sich am 15.03.1972 sehr schnell und erfolgreich die Gegenbewegung „Landesbürgerkomitee Rundfunkfreiheit“. Tausende Menschen gingen auf die Straße und sammelten über eine Million Unterschriften für ein Volksbegehren gegen die Veränderung des neuen Rundfunkgesetzes. Ihr Anliegen war dabei der Kampf gegen die Umwandlung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einen Staatsfunk, aber auch ein Kampf gegen das aus ihrer Sicht drohende Privatfernsehen.

Franz-Josef Strauß bestärkte die Haltung des Komitees jedoch nur dahingehend, als er noch am selben Tag in der BR-Hörfunksendung „Aus erster Hand“ deutlich verlauten ließ, dass sich in den bayerischen Rundfunk- und Fernsehredaktionen zu viele linksradikale Kollektive gebildet hätten.

Nach fast einjähriger öffentlicher Auseinandersetzung und massiven Einwänden aus der eigenen Fraktion lenkte Strauß allerdings ein. 1973 wurde die Bayerische Verfassung um den Art. 111 a ergänzt, der in Abs. 2 Rundfunk in Bayern nur in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft gestattet.¹⁰

Während im restlichen Deutschland das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zu den „Neuen Medien“ im Jahr 1981 mit der Zulassung sowohl privater als auch öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter den wohl wichtigsten Meilenstein in der Rundfunkgeschichte darstellt, hatte der Freistaat also bereits seinen Sonderweg beschritten. Ein duales Rundfunksystem, wie es sich 1984 durch den Start des privaten Fernsehens mit „RTL plus Kabel“ und ein Jahr später gefolgt von „SAT1 Satellit“ etablierte, schien für die Bayern völlig unmöglich.¹¹

Aber wie vom Landesbürgerkomitee ursprünglich erhofft, konnte der Art. 111 a Abs. 2 BV die Einführung privater Rundfunkangebote in Bayern nicht verhindern. Der Begriff „öffentlich-rechtliche Trägerschaft“ rechtfertigt privaten Rundfunk nämlich dann, wenn er unter öffentlich-rechtlicher Aufsicht steht.¹² Die nötige Rechtsgrundlage dafür bildete das am 01.12.1984 in und am 30.11.1992 wieder außer Kraft getretene Bayerische Medienerprobungs- und Entwicklungsgesetz (MEG), der Vorläufer des heutigen Bayerischen Mediengesetzes.¹³ Von da an war die Bayerische Landeszentrale für Neue

¹⁰Vgl. Rittner, Sabine: „Staatsfunk oder Kabelkommerz?“. In: Tendenz 1, 2004, S. 30 ff. ,

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/30-31_art111.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:13 Uhr) und vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 7

¹¹Vgl. GEZ: Geschichte des Rundfunks in Deutschland.

URL: www.gez.de/e160/e161/e355/geschichte_rundfunk_neues_logo.pdf (Zugriff am 10.05.12 um 11:13 Uhr)

¹²Vgl. Rittner, Sabine: „Staatsfunk oder Kabelkommerz?“. In: Tendenz 1, 2004, S. 31.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/30-31_art111.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:13 Uhr)

¹³Vgl. Eck, Sigrid: „Auch lokal bewegt sich etwas“. In: Tendenz 1, 2004, S. 27.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/27-29_zwanzig_jahre.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:11 Uhr)

Medien, die am 01.04.1985 mit fünf Mitarbeitern ihre Tätigkeit aufnahm, mit der Zulassung, Aufsicht und Kontrolle privater Rundfunkangebote betraut.¹⁴ Durch den „Umweg“ der Trägerschaft einer Anstalt des öffentlichen Rechts, der BLM, war also auch privater Rundfunk in Bayern möglich.

Bereits am 20.03.1986 wurden von der BLM die ersten Pilotprogramme für lokales Fernsehen in Freising und Ingolstadt zugelassen – der Startschuss für das private Lokalfernsehen in Bayern. Da noch viele weitere Sender folgen sollten, wurde schnell ein Instrument zur finanziellen Unterstützung des lokalen Fernsehens notwendig. Deshalb verabschiedete der Medienrat der BLM noch im selben Jahr die Teilnehmerentgeltsatzung.¹⁵

3.2 Förderung aus dem Teilnehmerentgelt bis 2007

„Wenn der Markt nicht mehr hergibt und lokales Fernsehen politisch gewollt ist, dann ist das Entgelt keine Subventionierung.“

Wolf-Dieter Ring, ehemaliger Präsident der BLM

Schon alleine dieser Rechtfertigungsversuch des damaligen Präsidenten der BLM zeigt, dass mit der Erhebung des Teilnehmerentgelts von Anfang an rechtliche Zweifel verbunden waren. Ursprünglich wurde das Teilnehmerentgelt von den Kabelanschlussinhabern je Monat und Wohneinheit erhoben und betrug anfangs 3,30 DM. Im weiteren zeitlichen Verlauf folgten Kürzungen auf 2,00 DM und 1,00 DM. Später, im Jahr 2003, reduzierte sich der Betrag auf 60 Cent und schließlich in 2005 auf 45 Cent.

In der damaligen Fassung hatte laut Art. 33 des BayMG (vom 22.10.2003) der Inhaber eines Kabelanschlusses eine Vereinbarung mit der BLM zu schließen. Diese Vereinbarung bildete die Grundlage für die BLM, das Teilnehmerentgelt zu erheben. Die Bemessung der Höhe des Entgelts richtete sich nach der Anzahl der vom Inhaber des Kabelanschlusses oder vom Betreiber der Kabelanlage versorgten Wohneinheiten und wurde nach dem erwähnten degressiven Tarif ausgestaltet. Zuletzt sollte der Betrag vom 01.01.2007 bis zum Ende des Jahres 2008 nur noch 30 Cent betragen. Nach Art. 33 Abs. 5 BayMG (2003) war das Aufkommen aus dem Teilnehmerentgelt zweckgebunden und diente in erster Linie Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen

und vgl. Eck, Siegrid: „Auch lokal bewegt sich etwas. In: Tendenz 1, 2004, S. 27.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/27-29_zwanzig_jahre.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:11 Uhr) und vgl. Wallenberg, Aufgaben BLM, 2012, S. 11

¹⁴Vgl. Ebd. S. 28, 29 und vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 27

¹⁵Vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 29

Tragfähigkeit der lokalen und regionalen Fernsehanbieter sowie einer möglichst gleichwertigen Versorgung mit lokalen und regionalen Angeboten. Es stand also direkt den Anbietern zu.

Zunächst wurde das Teilnehmerentgelt nur von den Kabelanschlusshabern erhoben. Später erfolgte dann die Umwandlung in ein Betreiberentgelt. Dabei führte der Kabelnetzbetreiber das Entgelt direkt an die BLM ab, die die Mittel an die Anbieter ausgab. Der Netzbetreiber legte diese Summe dann wiederum auf die Kabelanschlusshaber um.

Damit war man laut Dr. Wolfgang Flieger, dem Pressesprecher der BLM, eigentlich dort, wo man immer hinwollte. In vielen anderen Ländern, vor allem in den USA, existiert nach wie vor die Situation, dass die Netzbetreiber Geld an die Fernsehsender bezahlen, um sie einspeisen zu dürfen. In Deutschland ist es dagegen immer umgekehrt gewesen. Die Fernsehsender mussten Geld an die Kabelbetreiber zahlen, damit sie einspeisen durften. Die BLM verfolgte nach Flieger immer das Ziel, dieses Verhältnis umzudrehen. Mit der Umwandlung des Teilnehmerentgelts in ein Betreiberentgelt war diese Situation eigentlich erreicht und hätte nach Auffassung der BLM bleiben können und vor allem sollen.

Allerdings konnten bei Einführung des Teilnehmerentgelts nur etwa 55 Prozent der Kabelhaushalte überhaupt ein Lokalprogramm empfangen. Der nicht versorgte Rest wurde trotzdem zur Kasse gebeten.

Das rief Gegner und Kritiker auf den Plan. Schon 1998 hatte der Inhaber eines Kabelanschlusses Verfassungsbeschwerde beim Bundesverfassungsgericht eingelegt, nachdem ihn das zuständige Amtsgericht zur Zahlung des Teilnehmerentgelts, wo es um einen Betrag von 152,70 DM ging, verurteilt hatte.

Das Bundesverfassungsgericht hat deshalb in seiner Entscheidung vom 26.10.2006 das Teilnehmerentgelt in seiner damaligen Form für grundrechtswidrig erklärt, da es die Handlungsfreiheit der Zahlungspflichtigen beschränke, also mit Art. 2 Abs 1 des Grundgesetzes unvereinbar sei. Demnach dürften Inhaber von Kabelanschlüssen nur zur finanziellen Unterstützung der Programme privater Rundfunkanbieter herangezogen werden, wenn der Gesetzgeber Vorkehrungen für die hinreichende Sicherung einer gleichgewichtigen Vielfalt in den geförderten Programmangeboten treffe. Die Urteilsbegründung des Bundesverfassungsgerichts dazu lautete, dass das bayerische Rundfunkrecht diesen Anforderungen nicht in ausreichender Weise gerecht werde. Nach Ansicht der BLM stellte das Urteil zwar Nachbesserungsbedarf für die inhaltlichen Anforderungen an die geförderten Rundfunkanbieter durch den bayerischen Gesetzgeber fest, enthielt aber keine grundsätzlichen verfassungsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des bayerischen Teilnehmerentgeltsystems. Wäre das verfassungsrechtli-

che Defizit hinsichtlich einer Ausformulierung von Maßnahmen, welche die Vielfalt und Programmqualität der privaten Anbieter sichern würden, im BayMG beseitigt worden, hätte das Urteil nach Ansicht der BLM gleichzeitig die Möglichkeit eröffnet, das Teilnehmerentgelt auch nach 2008 fortzuführen.

Die Gesetzesänderung vom 24.12.2001 durch den § 2 Abs 2 des Gesetzes zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes, wonach das Teilnehmerentgelt am 31.12.2008 auslaufen sollte, blieb vom Gesetzgeber allerdings zunächst unberührt.

Statt also das BayMG so umzuformulieren, dass durch die Erhebung des Teilnehmerentgelts die Vielfalt und Qualität in den lokalen Programmen der privaten Anbieter weiterhin gesichert werden konnte, hielt man an der Beendigung des Teilnehmerentgeltsystems fest.

Deswegen forderte der Landtag, in Folge der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zur Verfassungswidrigkeit des Teilnehmerentgelts in seiner gesetzlichen Ausgestaltung, die Staatsregierung mit Beschluss vom 27.02.2007 auf, einen Gesetzesentwurf zur Neuregelung der finanziellen Förderung von lokalen Fernsehsendern in Bayern ab 2008 vorzulegen.

Damit endete also das Teilnehmerentgelt. Doch muss auch eines beachtet werden:

„Ohne die Mitfinanzierung des lokalen und regionalen privaten Fernsehens durch das Teilnehmerentgelt hätte niemals eine solch flächendeckende Versorgung und Vielfalt entstehen können.“

Rückblickend kann also festgestellt werden, dass das Teilnehmerentgelt die Grundlage für den Aufbau der bayerischen Lokalfernsehstruktur bildete.

3.3 Förderung aus staatlichen Mitteln von 2008 bis 2012

Die Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes wurde durch Gesetzesentwurf der Bayerischen Staatsregierung am 26.06.2007 erlassen.

Auf Grundlage des Art. 23 BayMG erfolgte die Förderung der bayerischen Lokalsender von 2008 bis einschließlich 2009 in Höhe von rund 9 Millionen Euro pro Jahr aus staatlichen Mitteln und aus dem Haushalt der BLM. Damit endete die Finanzierung aus dem

Teilnehmerentgelt schon ein Jahr früher, als durch das Bundesverfassungsgericht vorgegeben.¹⁶

Allerdings sollte die Finanzierung aus staatlichen Mitteln nach dem Beschluss des Bayerischen Landtags nur eine Übergangslösung darstellen.¹⁷

Deswegen wurde von Seiten der Staatsregierung der Versuch unternommen - gemäß dem Beschluss des Bayerischen Landtags vom 16.04.2008 - eine Förderung aus Gebührenmitteln mit der Bezeichnung „GEZ-plus-Modell“ anzustreben. Vorbild dazu waren zum Beispiel unter anderem Modelle aus der Schweiz, wo seit einigen Jahren für kommerzielles Fernsehen vor Ort Gebühren abgezweigt werden. In Bayern wäre eine Erhöhung der Rundfunkgebühr um 15 oder 20 Cent schon ausreichend gewesen, um die lokale Fernsehlandschaft zu finanzieren. Dazu ist allerdings die Zustimmung aller 16 Bundesländer zur Änderung des Rundfunkstaatsvertrages notwendig; daran sind die Bayern bislang jedoch gescheitert. Mit einem Stimmergebnis von 15:1 war dieser Weg vorerst verbaut. Laut Eberhard Sinner, dem medienpolitischen Sprecher der CSU-Landtagsfraktion, soll aber zur nächsten Gebührenperiode ab 2017 ein neuer Anlauf unternommen werden, die anderen Länder von der Notwendigkeit einer Gebührenerhöhung in Bayern zur Finanzierung der Lokalen zu überzeugen. Der damalige BLM-Präsident Ring bedauerte, dass es der Staatsregierung nicht gelungen ist, im Rundfunkgebührenstaatsvertrag eine Öffnungsklausel zur Finanzierung landesspezifischer Zwecke, also insbesondere der Förderung lokaler Inhalte, aufzunehmen¹⁸:

¹⁶Vgl. Haimerl, Diskussionspapier Konzept, 2011, S. 1 und vgl. Pfeiffer, Gabi: „Lokales TV bangt um Finanzen“. In: Fürther Nachrichten, v. 04.01.10.

URL: <http://www.nordbayern.de/lokales-tv-bangt-um-finanzen-1.414955?search=true> (Zugriff am 02.05.12 um 08:21 Uhr)

¹⁷Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 22 ff.

¹⁸Vgl. Antrag, Drucksache 16/2341, 2009, S. 20 und vgl. Stroh, Kassian: „Am Tropf des Staates“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 04.08.2009, S. 29 und vgl. CSU Fraktion im Bayerischen Landtag: Eberhard Sinner begrüßt Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen: Infrastrukturförderung richtiger Weg, v. 14.02.12.

URL: http://www.csu-landtag.de/www/presse_462_32303132303134.asp (Zugriff am 11.05.12 um 12:10 Uhr)

und vgl. jja: „Der gute alte Kabelgroschen. Bayern plant eine neue Finanzierung für Lokal-TV“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Samstag, 27.09.08, S. 21

und vgl. Stroh, Kassian: „Kabelgroschensalat. Lokale Fernsehsender werden weiter subventioniert“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Mittwoch, 04.07.07, S. 37 und vgl. WUV: „Bayern-Funker sollen Gebühren erhalten“, v. 10.05.10.

URL: http://www.wuv.de/nachrichten/medien/bayern_funker_sollen_gebuehren_erhalten (Zugriff am 10.05.12 um 14:09 Uhr)

und vgl. VBL: „Gesplittete Haushaltsgebühr: Zukunftsorientierter Lösungsansatz, v. 17.05.10.

URL: www.v-b-l.de/uploads/media/vbl_gesplittete_haushaltsgeuehr_05_2010.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:15 Uhr)

und vgl. BLM: „Im Hinblick auf eine strukturelle Förderung vor allem des lokalen Fernsehens ist das letzte Wort noch nicht gesprochen“ - BLM-Präsident Ring eröffnet 18. Lokalrundfunktage in Nürnberg“, v. 06.07.10.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&presselease_ID=1525 (Zugriff am 02.05.12 um 20:37 Uhr)

„Damit wurde eine Chance vertan, in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Position der lokalen und regionalen Sender zu stärken.“¹⁹

Auch der VBL bat mit einem Schreiben an die wichtigsten Medienpolitiker in Bayern um Unterstützung der gesplitteten Haushaltsgebühr zur Mitfinanzierung der bayerischen Lokal- und Regionalfernsehsender. Seiner Ansicht nach wäre dies ein zukunftsorientierter Lösungsansatz.²⁰

Nachdem der Versuch, einen Teil der Rundfunkgebühr zukünftig zur Finanzierung des bayerischen Lokalfernsehens einzusetzen, jedoch letztendlich misslang, wurde die bestehende Regelung – die Förderung aus dem Staatshaushalt - bis zum 31.12.2012 verlängert.

Der Gesetzesentwurf der Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes sah ein sukzessives Absenken der Mittel von 9 Millionen Euro im Jahr 2010 auf 7 Millionen Euro im Jahr 2011 und 5 Millionen Euro im Jahr 2012 vor. Um die degressiv gestaltete Förderung abzufedern, sollte die BLM aus ihrem Stammhaushalt ebenfalls einen Beitrag von 0,5 Millionen Euro im Jahr 2010, 1 Million Euro in 2011 und 2 Millionen Euro in 2012 leisten.²¹

Beachtet man allerdings die Haushaltssperre (wegen Sparmaßnahmen im bayerischen Staatshaushalt) von 10 Prozent, stehen insgesamt, den Anteil der BLM mit eingerechnet, für 2010 lediglich 8,6 Millionen Euro zur Verfügung, 2011 sind es 7,3 Millionen Euro und für 2012 bleiben schließlich noch 6,5 Millionen Euro übrig.²²

Die aktuelle Förderung beruht dabei auf einem zweistufigen Verfahren. Das heißt, erst werden die Anbieter mit der Erbringung lokaler Rundfunkangebote als öffentlicher Aufgabe betraut und an diese Betrauung knüpft sodann ihre Förderung.

Zunächst wird entsprechend des Art. 111 a Abs. 2 BV in Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 11 Satz 2 Nr. 8 BayMG bestimmt, dass Rundfunk im Rahmen dieses Gesetzes in öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft von der Bayerischen

und vgl. BLM: „BLM-Präsident Ring bedauert das Scheitern der von Bayern geforderten Öffnungsklausel im neuen Rundfunkgebührenmodell“, v. 10.06.10.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1522 (Zugriff am 02.05.12 um 20:40 Uhr)

¹⁹CSU Fraktion im Bayerischen Landtag: Eberhard Sinner begrüßt Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen: Infrastrukturförderung richtiger Weg, v. 14.02.12.

URL: http://www.csu-landtag.de/www/presse_462_32303132303134.asp (Zugriff am 11.05.12 um 12:10 Uhr)

²⁰Vgl. Fußnote Nr. 20

²¹Vgl. Antrag, Drucksache 16/2341, 2009, S. 16 und § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG (v. 01.01.2010)

²²Vgl. Haimerl, Diskussionspapier Konzept, 2011, S. 1

Landeszentrale für neue Medien betrieben wird. Nach Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG kann die Landeszentrale genehmigte lokale und regionale Fernsehanbieter mit der öffentlichen Aufgabe betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichwertiger Weise zum Ausdruck zu bringen. Mit der Betrauung sind die Anbieter für Rundfunkangebote laut Art. 23 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 BayMG zur Herstellung und Verbreitung eines aktuellen und authentischen Nachrichten- und Informationsprogramms von Montag bis Freitag mit einem täglichen zeitlichen Produktionsumfang von 20 Minuten ohne Hinzurechnung der Sendezeit für Werbung verpflichtet. Das Programm setzt sich dabei aus Beiträgen zum örtlichen Geschehen, insbesondere aus den Bereichen Politik, Kultur, Wirtschaft und Soziales zusammen und dient den Kommunikationsinteressen aller Fernsehzuschauer in dem lokalen oder regionalen Versorgungsgebiet. Außerdem verpflichtet Art. 23 Abs. 2 Satz 5 Nr. 2 BayMG zur Herstellung und Verbreitung eines zusätzlichen authentischen lokalen oder regionalen Programms bis zu einem gesamten zeitlichen Umfang von 100 Minuten pro Woche (ohne Hinzurechnung der Sendezeit für Werbung). Dieses Programm setzt sich zusammen aus Beiträgen zu besonderen lokalen oder regionalen Ereignissen und aus Beiträgen aus den Bereichen Bildung, Heimatgeschichte, Kunst, Brauchtum, Information, Beratung, Sport und Unterhaltung, jeweils mit engem lokalem oder regionalem Bezug.

An diesen Programmauftrag knüpft sogleich die Förderung an. Nach Art. 23 Abs. 7 Satz 1 BayMG erfolgt die Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote (nach Abs. 2 bis 4) aus staatlichen Mitteln nach Maßgabe des Staatshaushaltes und der allgemeinen haushaltsrechtlichen Bestimmungen. Die Landeszentrale erhält dabei laut Art. 23 Abs. 7 Satz 2, 3 und 4 BayMG im Rahmen der Förderung als Erstempfänger eine Zuwendung, welche sie dann an die Zuwendungsberechtigten weiterleitet. Über das Vorliegen einer Zuwendungsvoraussetzung entscheidet sie dabei nach eigenen Voraussetzungen.

Mit dieser Förderung soll nach Art. 23 Abs. 1 Satz 2 BayMG sichergestellt werden, dass die Bevölkerung Bayerns flächendeckend und gleichwertig mit hochwertigen lokalen und regionalen Fernsehangeboten versorgt wird.²³

Damit stand, so der VBL, die vielfältige lokale TV-Landschaft in Bayern wieder auf gesichertem Terrain.²⁴

In der aktuellen Situation tritt allerdings der Art. 23 BayMG über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten (laut Fußnote) mit Ablauf des 31.12.2012 au-

²³Zum zweistufigen Verfahren vgl. auch Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 20 ff. und Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 20 ff.

²⁴Vgl. VBL: Pressemitteilung. v. 30.01.07. „VBL begrüßt Initiative zur Neugestaltung des Lokalfernsehens“.

URL: www.v-b-l.de/uploads/media/vbl_pressemitteilung_01_2007.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:01)

ber Kraft. Deshalb stellt sich die Frage, wie die weitere Entwicklung nach 2012 aussehen kann und ob eine Fortsetzung der Förderung geplant ist oder nicht.

3.4 Mögliche Fortsetzung der Förderung von 2013 bis 2016

Die Staatsregierung war per Landtagsbeschluss vom 09.06.2011 dazu aufgefordert worden, ein Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen zu entwerfen, mit dem Ziel, die lokalen und regionalen Fernsehangebote in Bayern auch nach 2012 zu sichern. Darüber hinaus sollten die Fernsehanbieter nach Aufforderung des Bayerischen Landtags selbst aktiv werden und Optimierungsvorschläge für das lokale Fernsehen vorlegen. Die wichtigsten Rundfunkverbände VBL und VBRA entwickelten daher stellvertretend ein 18-seitiges Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens, das sie am 06.12.2010 dem Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Staatsminister Siegfried Schneider (heute Präsident der BLM), überreichten und in der Staatskanzlei präsentierten. Damit wollten sie die Diskussion zur Fortführung des lokalen Fernsehens rechtzeitig anstoßen.²⁵

Im Grundlagenpapier werden verschiedene Lösungsansätze aufgezeigt, wie die wirtschaftliche Situation der lokalen Fernsehsender verbessert werden kann. Dabei ist festzuhalten, dass nach 2012 nur noch die technische Infrastruktur, nicht jedoch das Programm zukünftig aus Staatsmitteln gefördert werden soll.

Am 14.02.2012 legte schließlich Medienminister Thomas Kreuzer das Konzept dem Ministerrat vor, welcher dieses zunächst gebilligt hat.²⁶

²⁵Vgl. „Bayern: Lokal-TV Anbieter präsentieren Grundlagenpapier“, v. 07.12.10.

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/Bayern-Lokal-TV-Anbieter-praesentieren-Grundlagenpapier.44912.0.html> (Zugriff am 10.05.12 um 14:31 Uhr)

und vgl. dpa: „Lokal-TV bittet um Hilfen“. In: Der neue Tag, v. 07.12.10.

URL: http://www.oberpfalznetz.de/zeitung/2600165-463-lokal_tv_bittet_um_hilfen,1,0.html (Zugriff am 01.05.12 um 18:47 Uhr)

²⁶Vgl. VBRA/VBL: Gemeinsames Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des Lokalfernsehens in Bayern, v. 07.12.2010.

URL: www.v-b-l.de/uploads/media/vbl_vbra_pm_gemeinsames_grundlagenpapier_lokal_tv_12_2010.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:19 Uhr)

und vgl. CSU Fraktion im Bayerischen Landtag: Eberhard Sinner begrüßt Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen: Infrastrukturförderung richtiger Weg, v. 14.02.12.

URL: http://www.csu-landtag.de/www/presse_462_32303132303134.asp (Zugriff am 11.05.12 um 12:10 Uhr)

und vgl. Bayerische Staatskanzlei: Pressemitteilung v. 14.02.2012: Bericht aus der Kabinettsitzung, S. 2.

URL: www.bayern.de/Anlage10368178/PressemitteilungNr.51vom14Februar2012.pdf (Zugriff am 02.05.2012 um 13:47 Uhr),

Demnach ist bereits im Nachtragshaushalt in diesem Jahr eine Erhöhung der staatlichen Förderung des Lokalfernsehens um 2 Millionen Euro auf 7 Millionen Euro vorgesehen. Außerdem ist geplant, die staatliche Förderung 2013 auf 8 Millionen Euro zu erhöhen und von 2014 bis 2016 auf jeweils 10 Millionen Euro pro Jahr. Die Förderung soll vor allem die Ausweitung von bisher vier, bzw. seit der Abschaltung des analogen Satellitensignals am 30.04.12, sechs auf zehn Satellitenkanäle für die bayerischen Lokalsender ermöglichen.²⁷

Verschiedene Pressemitteilungen, wie beispielsweise vom VBL, der VBRT und der BLM, sprechen bereits heute von einem Beschluss, der das Fortbestehen der lokalen Fernsehsender bis 2016 sichere. Beschlossen per se ist jedoch noch nichts. Vielmehr bleibt festzustellen, dass der Ministerrat das Konzept „nur“ gebilligt hat. Um dem Grundlagenpapier bzw. dem Konzept Gültigkeit zu verleihen, bedarf es einer Gesetzesverabschiedung durch den Bayerischen Landtag. Da sich, wie bereits erwähnt, vier von fünf Parteien für die Fortführung der Förderung und den Erhalt der bayerischen Lokal-TV-Landschaft einsetzen, ist zwar mit einem positiven Ergebnis in der Sache zu rechnen, doch wird eine Gesetzesverabschiedung im besten Fall im Herbst dieses Jahres erwartet. Bis dahin kann hinsichtlich einer zukünftigen Förderung jedenfalls nur spekuliert werden.²⁸

Etwas präziser konnte dies Michael Roppel, Ministerialrat und Medienreferent der Bayerischen Staatskanzlei formulieren:

“Die Staatsregierung wurde vom Landtag aufgefordert, ein Konzept zur weiteren Förderung der bayerischen Lokalsender einzureichen. Dieses Konzept ist am 14.02.12 vom Ministerrat zur Kenntnis genommen, also gebilligt worden. Im Gesetzgebungsverfahren wurde dann zunächst von der Staatsregierung ein Gesetzesentwurf erstellt. Dieser Entwurf wurde dann den Ministerien im Rahmen einer Ressortanhörung weitergeleitet, um ihnen die Möglichkeit einer Stellungnahme dazu einzuräumen. Am 22.05.12 ist dann darüber im Ministerrat verhandelt worden. Im weiteren Verlauf wurde

²⁷Vgl. VPRT: Bayern stockt Finanzierung des Lokalfernsehens auf.

URL: <http://www.vprt.de/thema/medienordnung/duale-medienordnung/privater-rundfunk/finanzierung-des-privaten-rundfunks/cont-9?c=2> (Zugriff am 02.05.12 um 22:36 Uhr)

und vgl. BLM: „Finanzierung des Lokal-TV in Bayern bis 2016 gesichert – BLM Präsident Schneider begrüßt Beschluss des Ministerrats“, v. 14.02.12.

URL: http://www.blm.dde/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&press_release_ID=1720 (Zugriff am 02.05.12 um 19:55 Uhr) und vgl. VPRT: „Bayern stockt Finanzierung des Lokalfernsehens auf“. URL: <http://www.vprt.de/thema/medienordnung/duale-medienordnung/privater-rundfunk/finanzierung-des-privaten-rundfunks/cont-9?c=2> (Zugriff am 02.05.12 um 22:36 Uhr)

²⁸Vgl. Schneider, Siegfried. Präsident der BLM, Mündliche Mitteilung vom 05.05.2012

der Entwurf an alle relevanten Gruppen, Verbände, die BLM usw. geschickt. Diese haben wiederum bis Ende Juni Zeit zu einer Stellungnahme. Danach geht das Ganze wieder zum Ministerrat, der dann darüber beschließt. Sollte der Ministerrat den Gesetzesentwurf beschließen, wird er an den Bayerischen Landtag und die entsprechenden Ausschüsse weitergeleitet. Anschließend wird darüber im Plenum verhandelt. Voraussichtlich ist mit einem Beschluss im Herbst 2012 zu rechnen, sodass das neue Gesetz am 01.01.2013 in Kraft treten kann. Zur Gesetzesverabschiedung ist eine einfache Mehrheit notwendig, das heißt, die Regierungskoalition, bestehend aus CSU und FDP, muss zustimmen. Im Landtag sind die Standpunkte in dieser Sache allerdings ganz klar bestimmbar. Die Staatsregierung sowie die SPD und die Freien Wähler aus der Opposition sind grundsätzlich für eine weitere Förderung der lokalen Fernsehsender in Bayern. Lediglich die Grünen sind dagegen. Deswegen ist auch aller Wahrscheinlichkeit nach mit einem positiven Ergebnis im Sinne einer Fortführung der Förderung zu rechnen.²⁹

²⁹Roppelt, Michael, Ministerialrat u. Medienreferent der Bayerischen Staatskanzlei: Mündliche Mitteilung v. 13.06.12

4 Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Die BLM verkörpert eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland. Am 01.04.1985 nahm sie mit nur 5 Mitarbeitern ihre Tätigkeit mit Sitz in München auf. Mittlerweile ist sie zu einer Institution herangewachsen, die 77 Mitarbeiter (Stand: 2010) beschäftigt. Sie hält gesellschaftliche Beteiligungen an fünf Unternehmen, 22 Mitgliedschaften, 9 Mitgliedschaften, die über die DLM gehalten werden, eine Mitträgerschaft und unterhält vier Stiftungen. Insgesamt hat die BLM 79 Hörfunkprogramme und 86 Fernsehprogramme zugelassen, die auf Sendung sind. Mit 3.376.000 Euro erwirtschaftete der private Rundfunk 2010 in Bayern 42,2 Prozent des Gesamtumsatzes der Rundfunkbranche in Deutschland.³⁰

Wie erwähnt, schreibt Art. 111 a Abs. 2 der Bayerischen Verfassung Rundfunk in Bayern nur in öffentlich-rechtlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft vor. Als Anstalt des öffentlichen Rechts fungiert die BLM als öffentlich-rechtlicher Träger, unter deren Verantwortung alle privaten Hörfunk- und Fernsehsender ihre Angebote einbringen können. Sie hat das Recht der Selbstverwaltung in Form eines verfassungsrechtlich verbürgten Autonomiebereichs, den sie frei von staatlicher Beeinflussung ausfüllt. Die Rechtsaufsicht über die Landeszentrale führt das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst. Ihre Haushaltsführung wird vom Bayerischen Obersten Rechnungshof (ORH) geprüft.³¹

4.1 Organe

Nach Art. 10 Abs. 2 BayMG setzt sich die Landeszentrale aus den Organen Medienrat, Verwaltungsrat und dem Präsidenten zusammen. Zur Erfüllung der Aufgaben bestehen zudem laut § 35 Abs. 2 RStV die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), die den Landesmedienanstalten als Organe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben dienen.

³⁰Vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 27, 65 ff.

³¹Vgl. BLM: Die Organisation der BLM.

URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/organisation.cfm (Zugriff am 02.05.2012 um 19:35 Uhr)

und vgl. Art. 10 Abs. 1 BayMG

Medienrat

Der Medienrat nimmt gemäß Art. 12 Abs. 1 BayMG die Aufgaben der Landeszentrale wahr, soweit nicht der Verwaltungsrat oder der Präsident selbstständig entscheiden. Er wahrt die Interessen der Allgemeinheit, sorgt für Ausgewogenheit sowie Meinungsvielfalt und überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze (Art. 12 Abs. 2 Satz 1 BayMG). Zu den wichtigsten Aufgaben des Medienrats gehören nach Art. 12 Abs. 2 Satz 2 BayMG Entscheidungen über Angelegenheiten von grundsätzlicher Bedeutung, die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats, die Wahl des Präsidenten, die Zustimmung zum Haushalts- und Finanzplan sowie zum Jahresabschluss, die Genehmigung von Angeboten einschließlich der Aufstellung von Förderrichtlinien und dem Erlass von Satzungen.

Am 20.03.1985 konstituierte sich der Medienrat als erstes Organ der BLM. Nach Art. 13 Abs. 3 Satz 1 BayMG werden die 47 Mitglieder des Medienrates auf die Dauer von fünf Jahren entsandt. Dabei besteht seine Zusammensetzung aus Vertretern der gesellschaftlich relevantesten Gruppen in Bayern.

Für Ring (ehemaliger BLM-Präsident) ist der Medienrat, das Pendant zum Rundfunkrat, die Gewähr der regionalen Vielfalt bei den Privaten.

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat ist gemäß Art. 14 Abs. 1 Satz 1 BayMG für die wirtschaftlichen Angelegenheiten der Anstalt zuständig. Nach Abs. 1 Satz 2 obliegt ihm vor allem die Beschlussfassung über den Haushalts- und Finanzplan sowie über den Jahresabschluss und der Erlass von Satzungen nach Art. 23 Abs. 12 BayMG über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten. Die neun Mitglieder des Verwaltungsrats werden nach Art. 14 Abs. 2 und 3 Satz 1 BayMG vom Medienrat in geheimer Einzelabstimmung auf fünf Jahre gewählt. Der Verwaltungsrat der BLM konstituierte sich zum ersten Mal am 25.11.1985.

Präsident

Nach Art. 15 Abs. 1 BayMG trägt der Präsident die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gerichtlich sowie außergerichtlich. Nach Anhörung des Verwaltungsrates wird er vom Medienrat für einen Zeitraum von fünf Jahren gewählt. In eigener Zuständigkeit erledigt er die laufenden Angelegenheiten, sorgt für den Vollzug der Beschlüsse des Medienrats und des Verwaltungsrats, bewirkt den Erlass dringender Anordnungen und übernimmt die Besorgung unaufschiebbarer Geschäfte an Stelle der anderen Organe der BLM. Die Vertretung des Präsidenten erfolgt laut Abs. 4 durch den Geschäftsführer, welcher vom Präsidenten mit Zustimmung des Medienrats bestimmt wird.

Am 19.12.1985 wurde Rudolf Mühlfnzl zum ersten Präsidenten der BLM und Wolf-Dieter Ring zu seinem ständigem Stellvertreter und Geschäftsführer gewählt. Wolf-Dieter Ring folgte schließlich selbst am 20.07.1989 mit Wirkung zum 01.01.1990 in das Präsidentenamt der BLM. Diese Funktion hatte er bis zum 01.10.2011 inne. Seitdem

bekleidet Siegfried Schneider das Amt des Präsidenten der BLM. Sein ständiger Vertreter und Geschäftsführer der Landeszentrale ist seit 01.05.1990 Martin Gebrande. Beide Präsidenten, Ring und Schneider waren zuvor Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Parteimitglied der CSU.



Abbildung 1: Wolf-Dieter Ring (rechts) und Siegfried Schneider (links) bei der Amtsübergabe³²

KEK

Die KEK besteht nach § 35 Abs. 5 RStV aus sechs Sachverständigen aus Rundfunk- und Wirtschaftsrecht (von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen), aus denen der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz zu bilden sind und sechs nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten, die nach Abs. 6 nicht gleichzeitig Mitglied der KJM sein dürfen. Die Mitglieder werden vom jeweiligen Ministerpräsidenten für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen. Die KEK agiert als staatsferne unabhängige Stelle, deren Beschluss für die jeweils zuständige Landesmedienanstalt bindend ist. Sie prüft zur Sicherung der Meinungsvielfalt bzw. zur Vermeidung vorherrschender Meinungsmacht die Beteiligungsverhältnisse

³²URL:

http://www.google.de/imgres?q=Wolf-Dieter+Ring&hl=de&client=firefox-a&hs=6SV&sa=X&rls=org.mozilla:de:official&biw=1280&bih=670&tbn=isch&prmd=imvns&tbnid=hhgzmEm8mQRkDM:&imgre-furl=http://www.filmecho.de/aktuell/tv_und_medien/meldung/%3Fid%3D16776&docid=6L0uxE1Rk_QZ3M&itg=1&imgurl=http://www.filmecho.de/media/Einmal_Fotos/schneider_ring.jpg&w=300&h=283&ei=OOflT7S5FojOswbtrLHODg&zoom=1&iact=hc&vpx=868&vpy=111&dur=1335&hovh=218&hovw=231&tx=151&ty=106&sig=109265584256909184629&page=4&tbnh=139&tbnw=138&start=62&ndsp=24&ved=1t:429,r:4,s:62,i:217 (Zugriff am 03.08.12 um 14:00 Uhr)

der Sender. Außerdem soll sie Transparenz über die Entwicklung des Fernsehens schaffen und wird dabei als Organ der jeweils für den privaten Programmanbieter zuständigen Landesmedienanstalt tätig.

ZAK

Die ZAK besteht aus den gesetzlichen Vertretern, also den Direktoren der 14 Landesmedienanstalten. Nach § 36 Abs. 2 RStV ist sie zuständig für Zulassung, Rücknahme oder Widerruf bundesweiter Veranstalter, die Zuweisung von Übertragungskapazitäten, die Feststellung des Vorliegens der Voraussetzung für Regionalfensterprogramme und Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK zuständig ist. Die ZAK konstituierte sich erstmals am 09.09.2008. Das vorrangige Ziel der ZAK besteht darin, schneller und effektiver Entscheidungen in bundesweiten Angelegenheiten zu treffen. Ihre Mehrheitsentscheidungen sind rechtsverbindlich und werden direkt in den Ländern umgesetzt. Sie verfügt daher über weitreichende Kompetenzen.

GVK

Die GVK setzt sich laut § 35 Abs. 4 RStV aus dem jeweiligen Vorsitzenden des plural besetzten Beschlussgremiums der Landesmedienanstalt zusammen. Sie ist zuständig für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten an private Anbieter und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen. Des Weiteren berät sie bei Fragen zur Medienpolitik und Medienethik. Die Qualität und Entwicklung der elektronischen Medien sowie die Werte und Normen der Gesellschaft sollen in der Konferenz thematisiert werden. Dadurch wird sichergestellt, dass die Entwicklung des Rundfunks nicht zur rein technischen Fragestellung mutiert, sondern auch gesellschaftlich verankert ist und sich an den Nutzerinteressen orientiert. Sie wird von der ZAK fortlaufend über ihre Tätigkeit informiert und in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei der Erstellung von Satzungen und Richtlinienentwürfen gemäß § 36 Abs. 3 RStV mit einbezogen.

4.2 Finanzierung

Nach § 40 Abs. 1 RStV kann der in § 10 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag bestimmte Anteil für die Finanzierung von Aufgaben, wie die Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten und die Förderung offener Kanäle verwendet werden. In § 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag heißt es dann entsprechend, dass die Höhe des Anteils der Landesmedienanstalten 1,9275 vom Hundert des Aufkommens aus der Grundgebühr und 1,8818 vom Hundert des Aufkommens aus der Fernsehgebühr beträgt.

Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz können gemäß § 40 Abs. 1 RStV

aus dem Anteil nach Satz 1 auf Grund besonderer Ermächtigungen durch den Landesgesetzgeber gefördert werden. Prinzipiell ist zwar die Finanzierung privater Veranstalter aus der Rundfunkgebühr unzulässig, § 40 bleibt hierbei aber laut § 43 RStV unberührt. Außerdem können nach § 64 a RStV für regionale und lokale Fernsehprogramme Ausnahmen bezüglich der Werbung nach Landesrecht getroffen werden.

Da die BLM mit ihrem öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt eine Sonderstellung statuiert, wurde im Rundfunkstaatsvertrag extra der § 64 „Regelung für Bayern“ festgelegt. Danach ist der Freistaat berechtigt, eine Verwendung des Anteils an der Rundfunkgebühr nach § 40 RStV zur Finanzierung der landesgesetzlich bestimmten Aufgaben der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien im Rahmen öffentlich-rechtlicher Trägerschaft vorzusehen.³³

Knapp zwei Prozent aus der in Bayern anfallenden Rundfunkgebühr erhält die BLM also unter anderem zur Förderung der lokalen Fernsehanbieter. Wie viel diese Summe letztendlich tatsächlich ausmacht, soll im Folgenden erörtert werden.

Im Jahr 2010 führte die GEZ 41,9 Millionen Teilnehmerkonten. Insgesamt wies die Rundfunkgebührenabrechnung einen Gesamtertrag in Höhe von 7.545,3 Millionen Euro auf,³⁴ bei 36.528.592 gemeldeten Fernsehgeräten, 42.672.676 gemeldeten Hörfunkgeräten und 340.785 gemeldeten neuartigen Empfangsgeräten.³⁵

Der Bayerische Rundfunk erhielt im Jahr 2010 904.226.627,64 Euro aus der Rundfunkgebühr, 23.307.204,72 Euro davon gingen an die Landesmedienanstalt.³⁶

Der Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird dabei von der KEF ermittelt, um auf dieser Grundlage gegenüber den Regierungschefs der Länder Empfehlungen über die Höhe der Rundfunkgebühr abzugeben. Außerdem wird geprüft, ob sich die Programmentscheidungen im Rahmen des rechtlich umgesetzten Rundfunkauftrages halten und ob der aus ihnen abgeleitete Finanzbedarf im Einklang mit den Grundsätzen von Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit steht. Am 20.02.1975 wurde die KEF durch Beschluss der Ministerpräsidenten der Länder errichtet und im dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag auf eine rechtliche Grundlage gestellt.³⁷

³³Vgl. BLM: Die Finanzierung der BLM.

URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/finanzierung.cfm (Zugriff am 02.06.2012 um 08:32 Uhr)

³⁴Vgl. GEZ: Die Aufgaben der GEZ.

URL: http://www.gez.de/aufgaben/leistungen/index_ger.html (Zugriff am 10.05.2012 um 11:46 Uhr)

³⁵incl. der gebührenbefreiten Geräte sowie der gebührenpflichtigen Geräte mit ermäßigter Gebühr

³⁶GEZ: Geschäftsbericht 2010.

URL: www.gez.de/e160/e161/e1528/gb2010.pdf (Zugriff am 10.05.12 um 11:53 Uhr)

³⁷Vgl. GEZ: Gebührenentwicklung.

URL: http://www.gez.de/gebuehren/gebuehrenentwicklung/index_ger.html (Zugriff am 10.05.12 um 11:55 Uhr)

Aktuell beträgt die monatliche Rundfunkgebühr 17,98 Euro pro Monat für ein Fernsehgerät, ein Radio und ein neuartiges Rundfunkgerät.³⁸ Ab dem 01.01.2013 startet der sogenannte Rundfunkbeitrag, auch besser bekannt als Haushaltsabgabe, und löst damit die bisherige Rundfunkgebühr ab. Damit muss nicht mehr jedes zum Rundfunkempfang geeignete Gerät pro Person angemeldet werden, sondern die Gebühr wird pauschal für jede Wohneinheit erhoben, unabhängig davon, wie viele Personen dort leben und wie viele Rundfunkgeräte vorhanden sind. Der Rundfunkbeitrag bleibt dabei wie bisher bei 17,98 Euro pro Monat stabil.³⁹

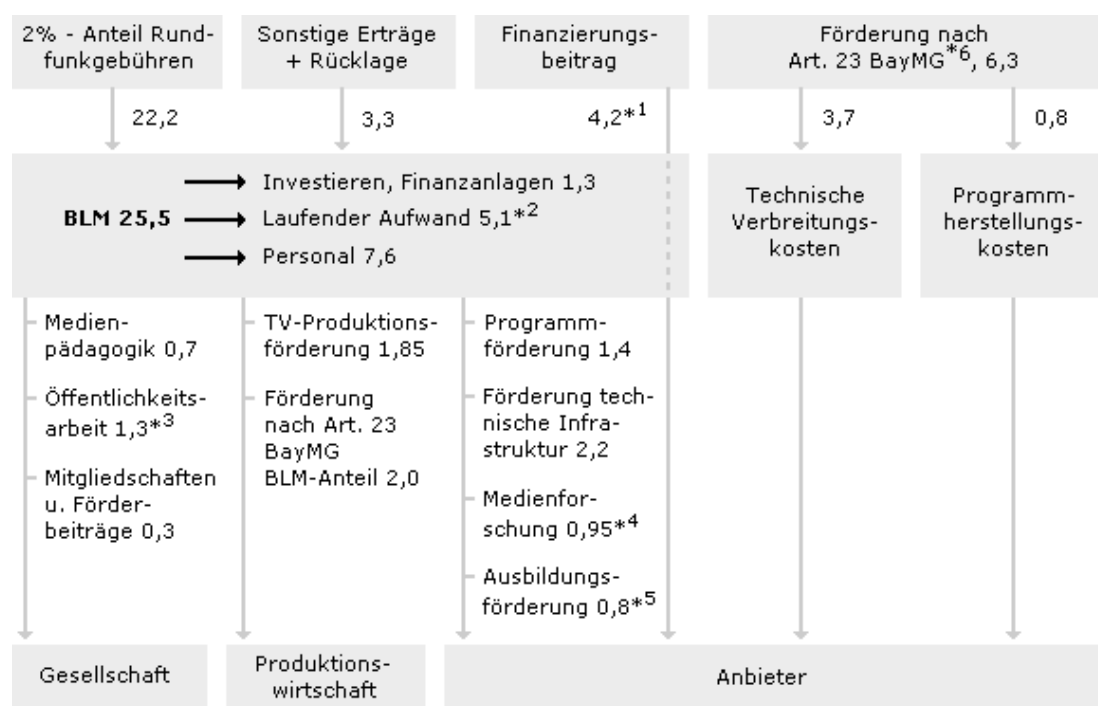
³⁸Vgl. GEZ: Gebührenübersicht.

URL: http://www.gez.de/gebuehren/gebuehrenuebersicht/index_ger.html (Zugriff am 10.05.12 um 11:55 Uhr)

³⁹Vgl. ARD, ZDF: Der neue Rundfunkbeitrag.

URL: <http://www.rundfunkbeitrag.de> (Zugriff am 10.05.12 um 14:52 Uhr)

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien



*1) Beitrag wird zwar von BLM bei bundesweiten Fernsehanbietern erhoben, geht aber ungekürzt an die bayerischen Fernsehfensteranbieter

*2) Kosten für Organe (Medienrat, Verwaltungsrat, KEK, KJM, KDLM), Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten, Kosten des Gebühreneinzugs, sonstiger betrieblicher Aufwand ohne Abschreibungen

*3) 70% der Aufwendungen für Veranstaltungen (MEDIENTAGE MÜNCHEN, Lokalrundfunktage, BLM-Hörfunk-u. Lokalfernsehpreis, Augsburger Mediengespräche, BLM-Forum)

*4) unmittelbare Förderung 0,77 Mio (Funkanalyse Bayern, AG.MA, GfK-TV-Forschung); mittelbare Förderung 0,18 Mio (Programm- und Marktstudien)

*5) mittelbare Förderung durch BLM-Workshops, Förderung von Ausbildungseinrichtungen sowie Aus- und Fortbildungskanälen

*6) Einnahmen aus Förderung aus dem Staatshaushalt des Freistaats Bayern, die für die Verbreitung und Herstellung betrauter lokaler TV-Programme bestimmt sind, ohne BLM-Anteil von 2,0 Mio (siehe Förderungen)

Abbildung 2: Wirtschaftsplan der BLM 2012 in Mio. €⁴⁰

⁴⁰URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/finanzierung.cfm (Zugriff am 03.08.12 um 14:02 Uhr)

4.3 Aufgaben

„Gestalten, fördern, forschen, informieren.“⁴¹

Diese Kernbegriffe stehen für die Aufgaben der Landeszentrale.⁴¹

GESTALTEN	FÖRDERN	FORSCHEN	INFORMIEREN
<ul style="list-style-type: none">:: Genehmigung privater Rundfunkanbieter:: Vielfaltsicherung:: Programmbeobachtung:: Werberegeln:: Jugendschutz:: Technische Verbreitung:: Kabelbelegung	<ul style="list-style-type: none">:: Programmförderung:: Film- und Fernsehförderung:: Aus- und Fortbildung:: Medienpädagogik/ Medienkompetenz:: Technische Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none">:: Mediennutzung:: Programmforschung:: Medienwirtschaft:: Rundfunktechnik	<ul style="list-style-type: none">:: Bürgeranfragen:: Internet:: Publikationen:: Veranstaltungen

Tabelle 1: Aufgaben der BLM⁴²

Die Kernaufgaben der BLM umfassen schwerpunktmäßig:

- die Zulassung der Anbieter von Rundfunkprogrammen,
- die Sicherung und Verteilung der technischen Übertragungswege und
- die Aufsicht über die Anbieter von Rundfunkprogrammen.⁴³

Auf Homepage, Imagebroschüre u. v. m. nennt die BLM jedoch gestalten, fördern, forschen und informieren als ihre Hauptaufgaben. Tatsächlich ist zwischen Kern- und Gestaltungsaufgaben zu unterscheiden. Welche unterschiedlichen Bedeutungen damit verbunden sind, soll in Kapitel 5.1.3 genauer erläutert werden.

Durch das Bayerische Mediengesetz wurde der BLM zur Erfüllung ihrer Aufgaben und Forderungen ein vielfältiger Aufgabenkatalog übertragen. Als öffentlich-rechtlichem Träger kommt der BLM die Letztverantwortung und –aufsicht über alle von ihr genehmigten lokalen, aber auch bundesweiten Radio- und Fernsehprogramme zu. Ihre Auf-

⁴¹Ebd., S. 56

⁴²URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/organisation.cfm (Zugriff am 03.08.12 um 14:03 Uhr)

⁴³Vgl. Wallenberg, Aufgaben BLM, 2012, S. 8

gabe ist es dabei, für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zu sorgen, über die Meinungsvielfalt und Qualität der Rundfunkprogramme zu wachen, diese mittels programmlicher Konzepte zu fördern und vieles mehr.⁴⁴

Vielfalt im Programm zu fördern, bedeutet für die BLM darauf zu achten, dass kulturelle, wirtschaftliche, soziale und kirchliche Inhalte nicht zu kurz kommen und der Anteil an Fremdproduktionen im Programm nicht zu hoch ist.⁴⁵ Für die vorliegende Arbeit von Belang sind vor allem die ersten beiden Säulen, bei denen es um die Genehmigung, Aufsicht, Organisation, Kontrolle und Förderung der lokalen TV-Anbieter geht.

Im Rahmen der Organisation regelt die BLM zum Beispiel, welcher Lokalsender welche Frequenz oder welchen Kabelkanal zu bestimmten Sendezeiten nutzen darf und welche Bewerber dafür ausgewählt werden.⁴⁶

Den wohl wichtigsten Punkt stellt aber die Förderung dar. Wie aus Abbildung Nr. 2 ersichtlich, gibt die BLM verschiedene Arten der Förderung aus. Die Programmförderung beispielsweise vermögen alle bayerischen Anbieter für ein Programmvorhaben im nächsten Jahr beantragen. Dabei können Programmangebote, also Sendungen, Sendereihen, Beiträge oder Rubriken mit kulturellem, kirchlichem, sozialem oder wirtschaftlichem Themenschwerpunkt gefördert werden. Allerdings übernimmt die BLM nur maximal 66,6 Prozent der gesamten Produktionskosten. Für den Posten der Programmförderung beliefen sich die Ausgaben dieses Jahr auf ca. 1,4 Millionen Euro, wobei die Mittel etwa zu gleichen Teilen für Hörfunk und Fernsehen ausgereicht werden. Jedes Jahr wird außerdem von der BLM ein Schwerpunktthema bestimmt, das im Rahmen der Programmförderung besondere Berücksichtigung findet. Die lokalen Anbieter können dazu ein schriftliches Konzept bei der BLM einreichen. Grundlage für die Vergabe bilden darüber hinaus aber auch die wirtschaftliche Situation des Antragstellers sowie die Erkenntnisse aus der Programmebeobachtung über die Qualität der Sendungen des Vorjahres.

Die Anbieter müssen strenge Auflagen erfüllen, um die Förderung zu bekommen. Beispielsweise haben sie regelmäßig Sendemitschnitte und einen wirtschaftlichen Verwendungsnachweis bei der BLM einzureichen. Dabei fließen von Seiten der BLM auch die Programmqualität sowie die redaktionelle und produktionstechnische Gestaltung in die Bewertung ein. Bei der Beurteilung werden insbesondere die Themenauswahl, die Darstellungsform, der Rechercheaufwand, die Interviewführung und die Moderation

⁴⁴Vgl. BLM: Programmaufsicht.

URL: <http://www.blm.de/de/pub/programmaufsicht.cfm?printmode=1> (Zugriff am 02.05.12 um 17:42 Uhr)

⁴⁵Vgl. BLM: GESTALTEN. FÖRDERN. FORSCHEN. INFORMIEREN.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/BLM_Broschuere_Okt11.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:26 Uhr)

⁴⁶Vgl. BLM: Programmorganisation.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio_tv/programmorganisation.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:07 Uhr)

analysiert. Dies soll zur Sicherung der ansonsten oft kritisierten Qualität der Programme beitragen.⁴⁷ Für 2012 heißt das Schwerpunktthema beispielsweise „Energie und Umwelt – nachhaltige Entwicklungen in der Region“.⁴⁸

Für das Jahr 2012 ist insgesamt für programmfördernde Zuschüsse von der BLM die Vergabe von 774.405 Euro an das lokale Fernsehen, laut Beschluss des Medienrates vom 16.02.12, vorgesehen. Dabei verteilen sich die Mittel auf 32 Sendungen von 27 Anbietern und Zulieferern im Fernsehen.⁴⁹

Im Rahmen der Programmförderung können von der BLM mit entsprechendem Nachweis über die ordnungsgemäße Verwendung der Fördermittel und der ordnungsgemäßen Erstellung eines schriftlichen Verwendungsnachweises der Anbieter auch technische Kosten gefördert werden. Direkte Kosten, die unmittelbar durch die Herstellung des geförderten Angebots entstehen, Gemeinkosten, die indirekt dem geförderten Angebot anteilig zugerechnet werden können, sowie indirekte Eigenleistungen werden als förderfähige Kosten anerkannt. Leitungs- und Satellitenkosten für die Zulieferung des Programms zum Sender und technische Übertragungs- und Verbreitungskosten unterliegen in diesem Rahmen jedoch nicht der Förderung.⁵⁰

Zur Überprüfung der Einhaltung von Zulassungsvoraussetzungen und Programmgrundsätzen nach dem Bayerischen Mediengesetz durch die privaten Anbieter dokumentiert die BLM die Programmentwicklung der Lokalsender. Das heißt, die Struktur der Programme wird anhand von den gewählten Darstellungsformen, den Themen, dem Ortsbezug und qualitativer Merkmale, wie der Aktualität und der Qualität der Aufbereitung geprüft. Des Weiteren erfolgen auf Grund von Anfragen und Beschwerden stichprobenartige Kontrollen. Außerdem sollen die lokale Informationsleistung und der Anteil an kulturellen Inhalten ermittelt werden.⁵¹

⁴⁷Vgl. BLM: Allgemeine Informationen zur Programmförderung.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/programmfoerderung/info_antrag_pf.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:22 Uhr)

⁴⁸Vgl. BLM: Programmförderung.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/programmfoerderung.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:20 Uhr) und siehe Tabelle zur Erlös- und Kostensituation der BLM im Anhang

⁴⁹Vgl. BLM: „Medienrat beschließt Programmförderung für das Jahr 2012“, v. 16.02.12.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1728 (Zugriff am 02.05.12 um 19:54 Uhr)

⁵⁰Vgl. BLM: Verwendungsnachweis.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/programmfoerderung/verwendungsnachweis.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:27 Uhr)

⁵¹Vgl. BLM: Fernsehbeobachtung.

URL: http://www.blm.de/de/pub/programmaufsicht/fernsehbeobachtung.cfm?printmode_1 (Zugriff am 02.05.12 um 17:43 Uhr)

Im Rahmen der Fernsehprogrammkontrolle überprüft die BLM alle von ihr zugelassenen und genehmigten Sender in Stichproben und führt darüber regelmäßig Bericht.⁵²

Über eine eigene Hausantenne, den Kabelanschluss und über eine Satellitenschüssel empfängt die BLM alle von ihr lizenzierten Fernsehprogramme. An Computern werden die empfangenen digitalen Fernsehsignale umgewandelt und über riesige Speicher archiviert. So können die Mitarbeiter der BLM direkt von ihrem Arbeitsplatz aus per Intranet auf die Daten zugreifen und sogar bereits ausgestrahlte Sendungen anschauen.⁵³

Im Jahr 2010 werteten die Mitarbeiter der BLM zur Überprüfung der zu fördernden Programme der bayerischen Ballungsraum- und Lokalfernsehanbieter durchschnittlich 5.500 Programmminuten pro Woche aus. Von insgesamt 138 Verdachtsfällen auf Verstöße gegen die Werbebestimmungen betrafen 82 Fälle das lokale Fernsehen. Der Schwerpunkt werberechtlicher Problemfälle lag in 40 Fällen bei Verstößen gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot sowie bei weiteren 27 Fällen im Verdacht auf Schleichwerbung.⁵⁴

Eine andere wichtige Säule im Aufgabenkatalog der BLM beinhaltet die Förderung der technischen Infrastruktur sowie die Unterstützung neuer Technologien zur Verbreitung der Programme. Dabei spielt die Digitalisierung eine treibende Rolle, denn sie ermöglicht eine Vernetzung der verschiedenen Mediengattungen, wie beispielsweise Radio, Fernsehen, Internet, Mobile TV und vielem mehr, wodurch ein vielfältigeres und komplexeres Angebot entsteht. Besonders die lokalen und regionalen Fernsehanbieter werden von der BLM bei der Digitalisierung und Optimierung der Verbreitungswege unterstützt. Damit soll in Zukunft eine Infrastruktur geschaffen werden, durch die eine nachhaltige Entwicklung des lokalen privaten Rundfunks in der digitalen Medienwelt möglich ist. Aktuell werden vor allem die DVB-T und die DVB-S Verbreitung sowie die Erprobung eines Live-Streamings im Internet gefördert. Wie in Abbildung Nr. 2 dargestellt, beträgt der Betrag für die Förderung der technischen Infrastruktur durch die BLM in diesem Jahr 2,2 Millionen Euro.⁵⁵

⁵²Vgl. BLM: Anforderungen & Methoden der Fernsehbeobachtung.

URL: http://www.blm.de/pub/programmaufsicht/fernsehbeobachtung/anforderungen___methoden.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 17:45 Uhr)

⁵³Vgl. BLM: Technik und Ablauf der Fernsehbeobachtung.

URL: http://www.blm.de/de/pub/programmaufsicht/fernsehbeobachtung/technik___ablauf.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 17:46 Uhr)

⁵⁴BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 48, S. 50 ff.

⁵⁵Vgl. BLM: Technische Infrastruktur.

URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/aufgaben/technische_infrastruktur.cfm (Zugriff am 02.06.12 um 11:38 Uhr)

und vgl. GESTALTEN. FÖRDERN. FORSCHEN. INFORMIEREN.

5 Die aktuelle Rolle des lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft

„Die Praxis sollte das Ergebnis des Nachdenkens sein, nicht umgekehrt.“
Hermann Hesse

Nichts beeinflusst die Situation der lokalen Fernsehsender in Bayern so sehr wie die Politik. Denn auch wenn der Markt erheblichen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit der Lokalsender ausübt, so ist doch am Ende der Wille über Gelingen oder Nichtgelingen in wesentlichem Maße von politischen Entscheidungen abhängig. Bei solchen Entscheidungen jedoch auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen, scheint gar nicht immer so einfach zu sein. Im Folgenden sollen die Standpunkte der einzelnen Parteien zu Förderung lokaler Fernsehsender genauer dargestellt werden.

5.1 Positionen von Politik und öffentlicher Meinung

„Die Entscheidung, ob es lokales Fernsehen in Bayern generell weiterhin geben soll und in welcher Struktur sich die lokale TV-Landschaft künftig darstellen wird, hat allein der Bayerische Landtag in der Hand.“⁵⁶

Nachdem schon Ende 2008 die Förderung der lokalen Fernsehsender aus dem Teilnehmerentgelt eingestellt wurde und eine Änderung des Rundfunkstaatsvertrages zur Finanzierung der Lokal-TV-Anbieter in Bayern aus Gebühren scheiterte, überbrückte der Freistaat die Förderung aus dem Staatshaushalt von 2008 bis einschließlich 2009. Bereits damals wurden die staatliche Förderung und deren mögliche Fortsetzung sehr kontrovers diskutiert. Da sich an den Standpunkten der verschiedenen politischen Parteien seither grundlegend nichts verändert hat, ist der Beschluss des Bayerischen Landtags zum „Gesetzesentwurf der Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes“ das wohl geeignetste Mittel, die unterschiedlichen Positionen zur aktuellen Fördersituation klar darzustellen. Im 35. Plenum vom 01.12.2009 ging der Landtag von Folgendem aus:

- Die Staatsregierung hat festgestellt, dass qualitätvolles lokales und regionales Fernsehen in der bisherigen Struktur ohne finanzielle Förderung nicht bestehen

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/BLM_Broschuere_Okt11.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:26 Uhr)

⁵⁶VBL/VBRA 2010: Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern.

kann. Diese Einsicht hat vor allem auch eine Anhörung der Fraktionen von CSU und FDP am 18.03.2009 gezeigt. Deswegen sollen lokale und regionale Fernsehangebote nach Art. 23 BayMG gefördert werden. Wie sich diese Förderung mit ihrer degressiven Ausgestaltung letztendlich darstellt, wurde bereits in Kapitel 3.3 ausführlich beschrieben und soll deswegen an dieser Stelle nicht noch einmal erörtert werden.

- In diesem Zusammenhang wies der Landtag des Weiteren darauf hin, dass durch bestimmte Strukturveränderungen, die nur von den lokalen Anbietern selbst ausgehen können, eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit erreicht werden könne. Beispielsweise nannte der Landtag in diesem Sinne die Kooperation der Anbieter bei Produktion und Distribution und eine gemeinsame Werbevermarktung. Ob diese Optimierungsmöglichkeiten von den Anbietern umgesetzt wurden bzw. welche weiteren Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ergriffen werden können, soll ab Kapitel 6.5 genauer betrachtet werden.
- Außerdem wurde die Staatsregierung aufgefordert, zu prüfen, ob auf der Grundlage der bisherigen Förderung der Übergang zu einer pauschalisierten Festbetragsförderung, mit dem Ziel, weitere Anreize für eine wirtschaftliche Verbesserung der lokalen und regionalen Fernsehangebote zu schaffen, realisierbar ist und gegebenenfalls dann eine solche einzurichten.

Vor diesen Hintergründen wurde im Plenum des Landtags jeder Partei die Möglichkeit einer Stellungnahme gegeben.⁵⁷

5.1.1 Staatsregierung und Befürworter

Als Mitglied der CSU-Fraktion äußerte Eberhard Sinner, dass nicht immer eine Abhängigkeit der Lokalsender vom Staatshaushalt bestehen könne, er aber deutlich machen wolle, dass diese Zahlungen gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage notwendig seien. Julika Sandt von der FDP verdeutlichte dies noch, indem sie zum Ausdruck brachte, dass die Presse- und Meinungsvielfalt für sie (gemeint ist die FDP) ein sehr hohes Gut sei. Unter Berücksichtigung, dass Bayern ein Flächenstaat ist, wollen sie den ländlichen Raum stärken. Gerade deswegen sei es wichtig, Fernsehinformationen vor Ort zu haben, also regionales Fernsehen, und dass die bayerische Medienlandschaft ohne diese um ein Vielfaches kärgere sei. Sie betonte weiterhin, dass es für die kleinen Sender nicht einfach sei, im Konzert der Großen mitzuspielen und dass diese Sender sich anstrengen müssten, um mitzuhalten. Dass sie (gemeint ist die FDP) aber

⁵⁷Vgl. Antrag, Drucksache 16/2341, 2009

trotzdem davon wegkommen wollen, die Lokalen einfach wie bisher weiter zu finanzieren, sondern durch eine veränderte Finanzierung eher Anreize zu schaffen, durch die die regionalen Fernsehanbieter Synergien, vor allem bei der Produktion, der Distribution und ganz besonders bei der Vermarktung nutzen sollen. Deswegen hätten sich FDP und CSU auf eine degressive Art der Finanzierung und ein sukzessives Absenken der Mittel von 2010 bis 2012 verständigt. Ihrer Meinung nach sei es wichtig darauf zu achten, dass es eine sinnvolle Festbetragsfinanzierung gebe, denn, und darüber sei sich auch ihr Koalitionspartner einig, eine Fehlbetragsfinanzierung setze keine wirtschaftlichen Anreize und belohne Miswirtschaft.

Siegfried Schneider, damals noch Staatsminister und Leiter der Staatskanzlei, zeigte sich dankbar, dass es für das lokale und regionale Fernsehen eine Zukunftsfinanzierung gebe und bezeichnete sie als ein Stück Daseinsvorsorge.

Mit der Zustimmung zum Gesetzesentwurf von CSU, FDP, den Freien Wählern und der SPD wurde das Gesetz mit dem Titel „Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes“ angenommen und beschlossen.⁵⁸

Geht man in der Zeitschiene noch ein Stück weiter in die Zukunft, bestätigen sich die Standpunkte dieser Parteien auch für die geplante Förderung ab 2013. Das Konzept dazu, das Medienminister Kreuzer am 14.02.12 in der bayerischen Staatskanzlei präsentierte, soll demnach das lokale und regionale Fernsehen in Bayern sichern sowie die bayerische Spitzenstellung im Lokal-TV zukunftsfest machen. Bayern hätte das vielfältigste Lokal-TV-Angebot in Deutschland. Kreuzer dazu wörtlich:

„Gerade im Zeitalter der Globalisierung ist lokales und regionales Fernsehen eine wichtige und gern genutzte Informationsquelle für die Menschen in Bayern und wichtig für Pluralität und Meinungsvielfalt in unserem Land.“⁵⁹

In einer Pressemitteilung der CSU-Landtagsfraktion hieß es weiter, dass Kreuzer die Weichen für die zukünftige Entwicklung des Lokalfernsehens richtig gestellt habe.

„In einem Flächenstaat wie Bayern sind die lokalen Fernsehangebote ein Stück Heimat, sie prägen mit ihren vielfältigen Angeboten die Identität unseres Landes. Ohne Förderung könnten sich die lokalen Fernsehangebote

⁵⁸Vgl. Ebd. S. 15 ff.

⁵⁹Vgl. Bayerische Staatskanzlei: Pressemitteilung, v. 14.02.12. Bericht aus der Kabinettsitzung.

URL: www.bayern.de/Anlage10368178/PressemitteilungNr51vom14Februar2012.pdf (Zugriff am 02.04.12 um 13:47 Uhr)

nicht finanzieren. Daher ist die Förderung der Verbreitungs-Infrastruktur der richtige Weg.“⁶⁰

Die Freien Wähler schließen sich dem an. Sie machen sich nicht nur für den Erhalt der 16 bayerischen Lokalsender stark, sondern fordern sogar, jeder Sender müsse seinen eigenen Satellitenkanal bekommen, um sein Programm ausweiten zu können. Der Münchner Merkur zitierte den Fraktionschef der Freien Wähler, Hubert Aiwanger, dazu folgendermaßen:

„Wir können nicht immer von der Stärkung der Regionen reden und dann den Menschen das regionale Fernsehen ausschalten.“⁶¹

Die Kosten für die Satellitenkanäle und die Programmmzuschüsse müsse die Staatskasse aufbringen. Aiwanger konstatierte, dass es uns (gemeint ist der Landtag) das wert sein müsse.⁶²

Auch die SPD befürwortete von jeher den Erhalt der bayerischen Rundfunklandschaft. Ihrer Ansicht nach konnte sich die Vielfalt aus über 50 Lokalradioprogrammen und über einem Dutzend lokaler Fernsehangebote in dieser Form nur durch das Teilnehmerentgelt so entwickeln. Sie setzen sich für Investitionen in Programme und Technik ein, um diese Vielfalt sicherstellen und erhalten zu können. Das bedeute allerdings weitere staatliche Förderung, jedoch in einem begrenzten Zeitraum und einem vertretbaren Maße.⁶³

2010 hörten sich diese Stellungnahmen der SPD noch einigermaßen vorsichtig an. Sie wollte zwar die lokale Rundfunkvielfalt erhalten, aber eigentlich nicht so viel aus dem Staatshaushalt dafür bezahlen. Als jedoch Ende 2009 die Übergangslösung aus dem Staatshaushalt auslaufen sollte und der Abgeordnete Markus Rinderspacher der

⁶⁰CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag: Eberhard Sinner begrüßt Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen: Infrastrukturförderung richtiger Weg, v. 14.02.12.

URL: http://www.csu-landtag.de/www/presse_562_32303132303134.asp (Zugriff am 11.05.12 um 12:10 Uhr)

⁶¹dpa: Freie Wähler wollen Lokal-TV-Sender retten. In: Münchner Merkur, v. 16.04.12.

URL: <http://www.merkur-online.de/nachrichten/politik/freie-wahler-wollen-lokal-tv-sender-retten-meta-1207971.html> (Zugriff am 01.05.12 um 16:59 Uhr)

und vgl. dazu auch lby: Plädoyer fürs Lokal-TV, v. 17.04.11.

URL: <http://www.mainpost.de/regional/bayern/Plaedoyer-fuers-Lokal-TV;art16683,6102141> (Zugriff am 01.05.12 um 18:54 Uhr)

⁶²Vgl. Ebd.

⁶³Vgl. SPD: Für Vielfalt und Werte in der Medienwelt. Für Chancengleichheit und Innovation in den Kommunikationstechniken, v. 20.06.10.

URL: <http://www.bayernspd-landtag.de/positionen/positionen.cfm?ID=13065> (Zugriff am 11.05.12 um 12:49 Uhr)

Staatskanzlei am 17.02.09 eine Anfrage über die geplante zukünftige Förderung zukommen ließ, schlug die SPD konkretere Töne an:

„Die Menschen in Bayern sollen über die wichtigsten Ereignisse in ihrer unmittelbaren Lebenswelt auch künftig im Freistaat informiert werden, auch wenn die kleinen Sender, die diese Grundversorgung übernehmen, sich nicht alleine aus Werbung refinanzieren lassen, sondern weiterhin auf finanzielle Unterstützung angewiesen sind.“⁶⁴,

so Rinderspacher in einer Pressemitteilung der SPD zur Forderung eines Dringlichkeitsantrages, das private Lokalfernsehen bis Ende 2012 weiterhin mit Steuergeldern zu fördern. Er ist sich sicher, dass das Ende der Förderung das Aus für die Mehrzahl der Lokalfernseh-Standorte bedeuten und den freien Zugang zu lokalen Informationen und die Meinungsvielfalt in den Regionen Bayerns beschädigen würde. Allerdings war ihm auch zu diesem Zeitpunkt schon bewusst, dass eine Förderung aus dem Staatshaushalt nur als Zwischenlösung vertretbar sein könne, um die Erhaltung der Grundversorgung mit lokaler Information zu gewährleisten. Mittelfristig sei eine Finanzierung aus Gebühren, wie die der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten anzustreben. Diese dürfe aber nicht zu Lasten der Finanzierung des BR gehen. Außerdem ließ Rinderspacher deutlich werden, dass die SPD die Förderung energischer als bisher an Qualitätsanforderungen binden wolle, weil eine kontinuierliche Förderung nicht dazu führen dürfe, dass die Sender aus ihrer wirtschaftlichen Verantwortung entlassen würden.⁶⁵

Dem Dringlichkeitsantrag der SPD „Informationsvielfalt und –qualität vor Ort sichern: Neues Förderkonzept für das Lokalfernsehen in Bayern entwickeln“ schlossen sich die Parteien Freie Wähler „Zukunft lokaler und regionaler Fernsehangebote in Bayern auch nach 2012 sicherstellen“ sowie FDP und CSU „Vielfalt und Qualität in der lokalen und regionalen Fernsehberichterstattung sichern“ mit eigenen Anträgen an. Obwohl die Initiative von der SPD ausging, wurde ihr Dringlichkeitsantrag ebenso wie der der Freien Wähler abgeschmettert und der Antrag der Regierungskoalition aus CSU und FDP erwartungsgemäß angenommen. Der zu diesem Zeitpunkt amtierende Staatsminister und Leiter der Staatskanzlei Marcel Huber fasste am Ende des Plenums die kontroverse Diskussion des im Prinzip doch immer gleichen Themas, nämlich den Erhalt und die

⁶⁴SPD: SPD fordert in Dringlichkeitsantrag: Privates Lokalfernsehen bis Ende 2012 weiterhin mit Steuermitteln fördern, v. 01.07.09.

URL: <http://www.bayernspd-landtag.de/presse/details.cfm?ID=11766&nav=aktuell> (Zugriff am 11.05.12 um 12:51 Uhr)

und vgl. Positionspapier der SPD-Landtagsfraktion v. 24.07.09 und Anfrage des Abgeordneten Markus Rinderspacher (SPD) zum Plenum v. 17.02.09

⁶⁵Vgl. Ebd.

Förderung der lokalen Fernsehsender in Bayern (ausgenommen die Grünen), treffend zusammen:

„Sie haben gesehen, dass die Interessen im Haus klar verteilt sind. Vier Parteien, die sich mit Dringlichkeitsanträgen beteiligen, zeigen große Übereinstimmung dahin gehend, dass das vielfältige Angebot unserer privaten und lokalen Fernsehsender wichtig und für Bayern gut ist. Dass eine Fraktion anderer Meinung ist, ist in diesem Haus nicht ungewöhnlich.“⁶⁶

Huber versuchte, die Übereinstimmungen auf einen Punkt zu bringen, nämlich die Vielfalt des lokalen Angebots sowie die vorhandene Struktur zu erhalten, den Zusammenschluss der Sender zu einem großen Regionalfernsehen zu vermeiden sowie die Qualität zu erhalten und verbessern. Differenzen ergaben sich unter anderem bei der Debatte um die Steigerung der wirtschaftlichen Selbsterhaltungsfähigkeit der Sender. Über die Berücksichtigung der technischen Verbreitungswege und der Finanzierung herrschte und herrscht nach wie vor Uneinigkeit. Huber garantierte aber, dass sie (gemeint sind CSU und FDP) nach Wegen suchen werden, um das lokale Fernsehen in Bayern nutzerfreundlich, möglicherweise auf neuen Verbreitungswegen, für die Zukunft wirtschaftlich tragfähig zu sichern.⁶⁷

Auch die FDP schloss sich aus verständlichen Gründen ihrem Koalitionspartner an.⁶⁸

5.1.2 Opposition

„Es ist schwieriger,
eine vorgefasste Meinung zu zertrümmern als ein Atom.“
Albert Einstein

Die einzige Partei, die im 35. Plenum des Bayerischen Landtags im Dezember 2009 gegen den Gesetzesentwurf „Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes“ stimmte, waren die Grünen. Als vehementeste Verfechterin dieser Gegenbewegung zur staatlichen Förderung gilt unangetastet die medienpolitische Sprecherin der Grünen, Ulrike Gote. Sie kritisierte, dass mit diesem Gesetzesentwurf die Subventionierung der privaten, regionalen und lokalen Fernsehangebote für weitere drei Jahre verlängert werde, diese Subventionierung

⁶⁶Dringlichkeitsantrag (SPD), Protokollauszug, 78. Plenum v. 09.06.11, S. 30 ff.

⁶⁷Vgl. Ebd.

⁶⁸Vgl. Stroh, Kassian: „Am Tropf des Staates“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Dienstag, 04.08.09, S. 29

allerdings nur eine verfassungswidrige Fortführung des Kabelgroschens in der bewährten Manier aus dem Staatshaushalt sei. Darüber hinaus stelle ihrer Meinung nach die Subventionierung das duale System in Frage. Eine Anschubfinanzierung hätten sie (gemeint sind die Grünen) sich jahrelang, länger als zunächst gedacht, gefallen lassen, aber eine Finanzierung auf Dauer heble das System aus. Deshalb forderten die Grünen den sofortigen Verzicht auf eine Dauersubventionierung für private Anbieter. Vor allem kritisierte Gote, dass mit dem neuen Gesetzesentwurf in die Haushaltsautonomie der BLM eingegriffen werde, da die Beteiligung an der Förderung aus ihrem Stammhaushalt eine gesetzliche Verpflichtung impliziert.⁶⁹

Diesen Standpunkt vertreten die Grünen auch heute noch. Als jüngst eine mögliche Fortsetzung der Förderung nach 2012 zur Debatte stand, hielt Gote an der bewährten Manier „Privates Lokalfernsehen: Schluss mit der Subventionierung“ fest. Dabei erschien in einer Pressemitteilung der Grünen wieder die altbekannte Metapher der Süddeutschen Zeitung. Gote forderte⁷⁰:

„Private Sender müssen sich auch am Markt behaupten können und dürfen nicht auf Dauer am Tropf des Staates hängen.“⁷¹

Vor allem rügte Gote, dass die Staatsregierung mit der geplanten Fortsetzung der Förderung den Beschluss des Bayerischen Landtags von 2009 breche, weil dieser eine degressive Ausgestaltung der Förderung aus dem Staatshaushalt vorgesehen habe, die nach 2012 endgültig eingestellt werden solle.⁷² Vorgesehen ist zukünftig allerdings wieder eine höhere Fördersumme.

Schon am 02.02.2011 versuchten die Grünen gegen die aktuell sukzessiv ausgestaltete Förderung vorzugehen. Sie reichten beim Bayerischen Landtag einen Änderungsantrag ein, der die Streichung der Subventionierung von Anbietern privater lokaler Fernsehprogramme zum Gegenstand hatte. Die im Gesetzesentwurf von 2009 festgesetzten Förderbeträge von 7 Millionen Euro für das Jahr 2011 und 5 Millionen Euro für das Jahr 2012 aus dem Staatshaushalt sollten ihrer Meinung nach ersatzlos gestrichen werden, weil durch die Dauersubventionierung lokaler und regionaler Fernsehangebote die Grenze zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk verwische. Durch die direkte staatliche Finanzierung werde darüber hinaus das Prinzip der Staatsferne

⁶⁹Vgl. Antrag, Drucksache 16/2341, 2009, S. 11 ff.

⁷⁰Vgl. Bündnis 90/Die Grünen: Privates Lokalfernsehen: Schluss mit der Subventionierung, v. 14.02.12.

URL: <http://www.gruene-fraktion-bayern.de/themen/netz-und-medien/medienpolitik/privates-lokalfernsehen-schluss-mit-der-subventionierung> (Zugriff am 11.05.12 um 10:04 Uhr)

⁷¹Ebd.

⁷²Vgl. Ebd.

des Rundfunks durchbrochen und infolgedessen der private Lokalfunk auch für staatliche Einflussnahme anfällig.⁷³

Auf die bestehende Situation hatte dieser Änderungsantrag der Grünen allerdings keine rechtliche Auswirkung. In einer Pressemitteilung vom 14.02.12 verkündete Gote deshalb, dass sie (gemeint sind die Grünen) ein Rechtsgutachten zur Prüfung der Verfassungsmäßigkeit und Rechtmäßigkeit der aktuellen Förderung lokaler Fernsehanbieter aus dem Staatshaushalt in Auftrag gegeben haben. Dessen Autor, Dr. Stefan Lorenzmeier, kommt in diesem Rechtsgutachten zu dem Ergebnis, dass das aktuelle Fördersystem schwere rechtliche Bedenken offenlegt. Vor dem Hintergrund, dass die Lokalfernsehsender hinsichtlich weder der Eigentümerstrukturen noch der Programmqualität die Vielfaltsanforderungen erfüllen, kritisieren die Grünen seit jeher deren Subventionierung. Sie forderten deshalb, den Art. 111 a der Bayerischen Verfassung dahingehend zu ändern, auch in Bayern ein echtes duales System einzuführen, bei dem keine weitere Subventionierung der privaten lokalen und regionalen Fernsehsender aus staatlichen Mitteln mehr erfolgt, denn dies bedeute nur, dass private Unternehmen auf Kosten der Steuerzahler wirtschaften. Die Subventionierung solle danach aber auch nicht ersatzweise aus dem Haushalt der BLM resultieren, denn dies würde nur auf Kosten der anderen Aufgabenbereiche der BLM gehen, insbesondere sei die Programmförderung nicht-kommerzieller Anbieter betroffen, die durch ihre Programme kostendeckend und nicht gewinnorientiert tatsächlich einen gesellschaftlichen Mehrwert herstellen würden.⁷⁴

Im Umkehrschluss heißt das natürlich auch, dass die Grünen im Lokalfernsehen keinen gesellschaftlichen Mehrwert sehen.

Die Ergebnisse des Rechtsgutachtens „Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte“ von Stefan Lorenzmeier werden in Kapitel 8 ausführlich untersucht.

Die Kritik der Grünen, selbst wenn sie an der einen oder anderen Stelle sogar berechtigt ist, lässt allerdings eines vermissen: Einen konstruktiven und umsetzbaren adäquaten Lösungsvorschlag für das Problem.

Erst im Plenum zum Dringlichkeitsantrag der SPD kam zum ersten Mal ein Vorschlag der Grünen. Laut Gote heißt die Antwort: Bürgermedien oder Community-Media und

⁷³Vgl. Änderungsantrag der Abgeordneten Margarete Bause et al. und Fraktion Bündnis 90/Die Grünen v. 02.02.11 (Drucksache 16/7160), Bayerischer Landtag, 16. Wahlperiode

⁷⁴Vgl. Bündnis 90/Die Grünen: Zwischen Subventionierung und Konzentration: Grüne legen Rechtsgutachten zur Finanzierung des bayerischen Lokalrundfunks vor, v. 14.02.12.

URL: <http://www.gruene-fraktion-bayern.de/themen/zwischen-subvention-und-konzentration> (Zugriff am 11.05.12 um 10:12 Uhr)

nichtkommerzieller Rundfunk.⁷⁵ Was dies genau beinhaltet und welche Vor- und Nachteile aus diesem System resultieren, soll im Kapitel 9.4 kurz untersucht werden.

5.1.3 ORH

Nach Art. 23 Abs. 2 Satz 1 und 2 BayMG prüft der Oberste Rechnungshof die Haushalts- und Wirtschaftsführung der BLM und unterrichtet die Rechtsaufsichtsbehörde, den Bayerischen Landtag und den Verwaltungsrat der Landeszentrale über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung sowie die finanzielle Entwicklung der Landeszentrale.

In seinem aktuellsten Jahresbericht von 2011 kam der Oberste Rechnungshof (ORH) zu der Ansicht, dass die Förderung für die lokalen und regionalen Fernsehanbieter zum Jahresende 2012 einzustellen sei. Dabei berief er sich vor allem auf das von der BLM und der Staatskanzlei in Auftrag gegebene Gutachten der Goldmedia GmbH „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ von 2006. Demnach seien Lösungsansätze aufgezeigt worden, wie die Eigenfinanzierung des Lokal- und Regionalfernsehens zumindest verbessert werden könne. Eine genaue Betrachtung des Gutachtens erfolgt ab Kapitel 6.

Nach Ansicht des ORH sei von den Optimierungsvorschlägen von den Lokalen jedoch nichts umgesetzt worden. Außerdem hätten alle bisherigen Fördermaßnahmen nicht dazu geführt, dass ein sich selbst tragendes lokales und regionales Fernsehen entstanden wäre. Die Anbieter seien von einer Finanzierung aus Markterlösen weit entfernt. Nach 25 Jahren der Subventionierung solle eine Mitfinanzierung aus dem Staatshaushalt endlich beendet werden, denn es habe sich gezeigt, dass es sich gerade nicht mehr um eine Anschubfinanzierung handle. Der ORH empfiehlt daher die Vorschläge aus oben genanntem Gutachten aufzugreifen, die Einsparungen in Millionenhöhe aufzeigt, um eine höhere Kostendeckung aus Markterlösen zu erreichen. Außerdem sieht der ORH bei der BLM selbst eine Reihe von Einsparpotenzialen, die sie nutzen sollte.

Beispielsweise solle die BLM die Anzahl ihrer zahlreichen Beteiligungen reduzieren. Die BayMS und die DSN GmbH sollten nach Auffassung des ORH liquidiert und die Aufgaben der Medientage München GmbH übertragen werden, da sich die DSN GmbH ausschließlich in unterstützenden Bereichen geringfügigen Ausmaßes bewege und dies keine eigene Gesellschaft rechtfertige. Außerdem unterhält die BLM unter anderem die Stiftung Medienpädagogik. Die geringen Zinserträge würden nach Ansicht des ORH die Gewinnung von bedeutenden Zustiftern unerlässlich machen. Sollte dies je-

⁷⁵Vgl. Dringlichkeitsantrag (SPD), Protokollauszug, 78. Plenum v. 09.06.11, S. 22

doch nicht gelingen, ist das Stiftungsvermögen aufzulösen und an die BLM zurück zu übertragen.⁷⁶

In einem neuen Gutachten von 2012 mit dem Titel „Die gesetzlichen Aufgaben der BLM“, unterzieht die Autorin Wallenberg die gesetzlich übertragenen sowie die zusätzlichen „selbst auferlegten“ Aufgaben der BLM einer genaueren Überprüfung und kommt zu dem Ergebnis, dass sich die BLM von den ihr durch das BayMG zugewiesenen Kernaufgaben, der Zulassung und Aufsicht und damit ihrer Hauptaufgaben stark entfernt habe. Stattdessen betätige sie sich in vielen anderen Bereichen, die jedoch nicht zu ihren Kernaufgaben gehören. Dieser Exkurs ist deshalb unerlässlich, weil die BLM für die ihr nicht gesetzlich übertragenen Aufgaben erhebliche Geldsummen aufbringt, die eigentlich für die Erfüllung der Kernaufgaben gedacht sind, für die im Endeffekt das Geld fehlt. Denn alle Aktivitäten der BLM, irrelevant ob es nun Kern- oder Gestaltungsaufgaben sind, müssen dem in Bayern von privaten Anbietern veranstalteten Rundfunk dienen.⁷⁷

Laut Wallenberg sollte die BLM beispielsweise auf dem Gebiet der Medienerziehung und Medienpädagogik zwar selbst tätig sein, aber eben nur soweit, wie dies der Wahrnehmung ihrer Kernaufgaben dient. Sie schließt sich deshalb dem ORH an, die Stiftung Medienpädagogik zu liquidieren, da nicht mehr damit zu rechnen sei, dass weitere Zustifter mit bedeutenden finanziellen Beiträgen hinzutreten werden.

Des Weiteren fordert sie, das Engagement in der Aus- und Fortbildung, speziell bei der afk (Aus- und Fortbildungs-GmbH für elektronische Medien) mit ihren zwei Hörfunk- und einem TV-Sender einzustellen, da der lokale Rundfunk in Bayern nur sehr marginal von den Aktivitäten der afk profitiere. Der Aus- und Fortbildungsbereich soll ihrer Ansicht nach neu strukturiert werden. Ferner müsse die Förderung von Film- und Fernsehproduktionen so ausgerichtet sein, dass sie ebenfalls dem lokalen und regionalen Rundfunk in Bayern zugutekommt. Das Engagement der BLM bei nationalen und internationalen Film- und Fernsehproduktionen ist ihrer Meinung nach deshalb erheblich zurückzufahren.

Außerdem archiviere die BLM im Rahmen der Programmaufsicht nicht nur Beiträge der von ihr genehmigten privaten Rundfunkanbieter, sondern auch historisch interessante Beiträge aus den Bereichen Rundfunk und Mediendienste. Das ist vom BayMG nicht gedeckt und sollte deshalb eingestellt werden. Weiterhin werden Zweifel daran geäußert, ob die Internetplattform „medienpuls“ weiter zu führen sei, da sie Personal- und Finanzmittel der BLM binde, die im Verhältnis zur Zweckmäßigkeit der Plattform even-

⁷⁶Vgl. Bayerischer Oberster Rechnungshof: Jahresbericht 2011. TNR. 27: Bayerische Landeszentrale für neue Medien.

URL: <http://www.orh.bayern.de/berichte/jahresberichte/aktuell/jahresbericht-2011/sonstiges/668-tnr-27-bayerische-landeszentrale-fuer-neue-medien.html> (Zugriff am 11.05.12 um 11:56 Uhr)

⁷⁷Vgl. Wallenberg, Aufgaben BLM, 2012, S. 8

tuell nicht angebracht seien. Die Plattform könne beispielsweise auch beim Medien-campus e. V. angesiedelt werden.

Wallenberg empfiehlt weiter, dass entweder die Medientage München GmbH und die BayMS (Bayerische Medien-Servicegesellschaft mbH) fusionieren sollten oder aber die BayMS zu liquidieren sei. Außerdem sollte die BLM ihr Veranstaltungswesen so zurückfahren, dass auch privaten Unternehmen, Akademien, Vereinen und anderen Einrichtungen hier die Möglichkeit einer Betätigung eröffnet wird, die nicht in Konkurrenz zu privaten Einrichtungen auftritt.

„Die BLM ist Stifterin bzw. Mitglied in Stiftungen, die in ihrer Aufgabenstellung gleichgerichtet sind. Derartige Doppelengagements stellen eine Verschwendung von Geld und personellen Ressourcen dar.“⁷⁸

Demnach geraten die Beteiligungen der BLM, wie bereits in Kapitel 4. 1 dargestellt, rein zahlenmäßig viel zu umfangreich und laut Wallenberg inhaltlich auch zu unstrukturiert. Vier von fünf Bereichsleitern plus zwei weitere Mitarbeiter der BLM seien in solchen Stiftungen als Geschäftsführer oder Vorstandsmitglied tätig. Eine klare Abgrenzung von den Personalkosten finde nicht statt. Auch Kooperationen, an denen öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten beteiligt sind, sollten sorgfältig auf Notwendigkeit und Interessenkongruenz überprüft werden, um Interessenskonflikte zu vermeiden.

Zusammenfassend lässt sich insofern sagen, wenn nicht die Wahrnehmung der Kernaufgaben im Vordergrund steht, könne und solle die BLM laut Wallenberg auf anderen Feldern nur in dem Maße tätig werden, wie es zur Wahrnehmung ihrer Kernaufgaben notwendig und geboten ist. Ein darüber hinaus gehendes Engagement müsse quantitativ und qualitativ nur begleitend, das heißt, deutlich reduzierter ausfallen im Vergleich zu ihrer Betätigung im Bereich der Kernaufgaben.⁷⁹

Des Weiteren hält der ORH das Vergütungsniveau der Mitarbeiter der BLM zu hoch. Dieses hätte sich am Tarifniveau des öffentlichen Dienstes zu orientieren. Auch eine gesonderte Vergütung für die Geschäftsführer der BLM sei nicht erforderlich, weil diese Tätigkeiten dem originären Aufgabenbereich der leitenden Mitarbeiter der BLM zugeordnet werden könnten. Insgesamt wurde deshalb eine erheblich zurückhaltendere Vergütungspolitik gefordert.⁸⁰

⁷⁸Wallenberg, Aufgaben BLM, 2012, S. 8, 9, 32 ff., 56 ff.

⁷⁹Vgl. Wallenberg, Aufgaben BLM, 2012, S. 8, 9, 32 ff., 56 ff.

⁸⁰Vgl. Bayerischer Oberster Rechnungshof: Jahresbericht 2011. TNR. 27: Bayerische Landeszentrale für neue Medien.

URL: <http://www.orh.bayern.de/berichte/jahresberichte/aktuell/jahresbericht-2011/sonstiges/668-tnr-27-bayerische-landeszentrale-fuer-neue-medien.html> (Zugriff am 11.05.12 um 11:56 Uhr)

Staatskanzlei und BLM erhielten dazu Gelegenheit zur Stellungnahme. Ihrer Ansicht nach könne in Anbetracht des umfangreichen Aufgabenkatalogs die Finanzausstattung der BLM nicht als außerordentlich üppig bezeichnet werden. Die Optimierungsvorschläge aus oben genanntem Gutachten zu übernehmen, würde nach Auffassung der BLM zu keinem attraktiven Fernsehprogramm führen, weil eine flächendeckende Angebotsstruktur mit der gewünschten inhaltlichen Qualität nur mit dem Einsatz öffentlicher Fördermittel aufrechtzuerhalten sei. Dazu die Differenz aus eigenen Mitteln aufzubringen sei die BLM nicht in der Lage. Die Liquidierung der DSN GmbH würde in der Gesellschafterversammlung diskutiert. An der BayMS und der Stiftung Medienpädagogik wolle die BLM allerdings festhalten. Die Stiftung sei auch ohne weitere Zustifter handlungsfähig und die Zinserträge, unwesentlich wie hoch diese sind, könnten nahezu vollständig für medienpolitische Projekte verwendet werden. Die Auffassung des ORH, dass für eine rationellere Arbeitsweise in den gemeinsamen Organen der Landesmedienanstalten thematische Schwerpunkte gesetzt werden sollen, unterstützt die BLM.

Nach Anhörung der Stellungnahmen hielt der ORH allerdings an seinen oben genannten Empfehlungen fest. Die mit der Strukturreform der Landesmedienanstalten verbundenen Ziele seien nicht erreicht worden. Nach Auffassung des ORH wurden weder Einsparungen erzielt noch konnte eine höhere Arbeitseffizienz festgestellt werden. Eine weitere Dauersubventionierung der lokalen und regionalen Fernsehsender hält er deswegen für nicht hinnehmbar.⁸¹

Wichtig an dieser Stelle festzuhalten bleibt allerdings, dass die Vorgaben oder Empfehlungen des ORH, der die BLM ca. alle sechs Jahre prüft, für diese keine verbindliche Wirkung haben. Seine Vorschläge richten sich in erster Linie an den Gesetzgeber. Der Aufgabenkatalog der BLM findet sich aktuell im BayMG gesetzlich festgelegt. Wenn der Gesetzgeber die Meinung vertritt, einige Aktivitäten der BLM führen über ihre Kernaufgaben hinaus, muss er diese gesetzlich ändern. Aus dem Experteninterview mit Dr. Wolfgang Flieger ergab sich, dass die BLM aktuell sogar konkret damit beschäftigt ist, Vorschläge aus dem Jahresbericht des ORH zu prüfen und diskutieren.

„Wo Änderungen sinnvoll und angebracht erscheinen, ist die BLM auch bestrebt, diese anzunehmen und umzusetzen.“⁸²

⁸¹Vgl. Bayerischer Oberster Rechnungshof: Jahresbericht 2011. TNR. 27: Bayerische Landeszentrale für neue Medien.

URL: <http://www.orh.bayern.de/berichte/jahresberichte/aktuell/jahresbericht-2011/sonstiges/668-tnr-27-bayerische-landeszentrale-fuer-neue-medien.html> (Zugriff am 11.05.12 um 11:56 Uhr)

und vgl. dazu auch ORH: Förderung des privaten Rundfunks aus Steuermitteln beenden!. 2011.

URL: http://www.orh.bayern.de/files/Jahresberichte/2011/11-12-06_Pressezusammenfassung_ORH-Bericht_2011.pdf (Zugriff am 11.05.12 um 12:03 Uhr)

⁸²Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 13.06.12

5.1.4 Weitere kritische Stimmen

„Von Grundversorgung sprechen die Politiker gerne und fühlen sich im Scheinwerferlicht ihrer 16 Heimatsender erst richtig wohl.“⁸³

Die unterschiedlichen Ansichten der politischen Parteien sowie des ORH zeigen deutlich die inhaltliche Kontroverse um die staatliche Förderung der lokalen TV-Anbieter. Doch nicht nur hier ergibt sich erhebliches Konfliktpotenzial. In der Presse wurde quasi seit Beginn des lokalen Fernsehens in Bayern und dessen Förderung, unbedeutend aus welchem Topf, Kritik an der Besetzung der Organe innerhalb der BLM geäußert. Schon 1987 missfiel es dem Autoren (unbekannt) in einem Artikel der Zeit, dass sich der Medienrat der BLM einen CSU-Landtagsabgeordneten zum Vorsitzenden wählte. Der Vorwurf wurde laut, die CSU hätte dieses wichtige Gremium fest in ihrem Griff.⁸⁴ Auch die Nachfolge des Präsidenten der BLM war zuletzt nicht unumstritten. Wie Wolf-Dieter Ring hatte auch Siegfried Schneider ein Parteibuch der CSU in der Tasche. Beide waren Leiter der Staatskanzlei.⁸⁵

„Jenseits Bayerns wundert man sich, wie unter dem weißblauen Medienhimmel die Spitzenpositionen besetzt werden und dass dafür offenbar nur CSU-Politiker wirklich in Frage kommen.“⁸⁶

In einer Zeitschrift wurde der SPD-Politiker Markus Rinderspacher zitiert, der mahnte, dass der zukünftige BLM-Chef Schneider „nicht mit goldener Krawatte und mit diamantenbesetzten Krokodillederschuhen beim Regionalfernsehen vorfahren“ könne, während die lokalen Sender in Bayern mit 8,5 Prozent weniger Fördergelder auskommen müssten.⁸⁷

⁸³ „Lokales Fernsehen soll nicht sterben“ In: Süddeutsche Zeitung, Landkreisausgaben, Mittwoch 07.12.11, S. R 13, R 17

⁸⁴ Vgl. „Störung im Programm“ In: Die Zeit, 15.05.1987.

URL: <http://www.zeit.de/1987/21/stoerung-im-programm/komplettansicht> (Zugriff am 02.05.12 um 13:32 Uhr)

⁸⁵ Vgl. Huber, Rupert. „Der Pionier des Privatfunks“ In: Augsburger Allgemeine, 28.09.11.

URL: <http://augsburger-allgemeine.de/bayern/Der-Pionier-des-Privatfunks-id16918271.html> (Zugriff am 01.05.12 um 17:35 Uhr)

und vgl. dpa. „Scheidender BLM-Chef betont Bedeutung des Privatfunks“ In: Oberbayerisches Volksblatt, 27.09.11.

URL: <http://www.ovb-online.de/nachrichten/bayern-lby/schneider-blm-chef-betont-bedeutung-privatfunks-1422992.html> (Zugriff am 01.05.12 um 18:35 Uhr)

⁸⁶ Szymanski, Mike: „Ein Fahrlehrer für die Medien“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Samstag, 26.02.11, S. 21.

⁸⁷ Vgl. Goblirsch, Maria: „25 Jahre und kein bisschen weise“. In: BJVreport, v. 2/2011. und Mrazek, Thomas: „Schneiders schwierige Mission“. In: BJVreport, v. 2/2011.

Auch Prof. Dr. Stettner merkte im Interview⁸⁸ an, dass erheblich Aufruhr entstand, als das Jahresgehalt des letzten BLM-Präsidenten öffentlich wurde. Schätzungsweise 300.000 Euro⁸⁹ solle dieser per anno erhalten haben. Dem Vernehmen nach musste Schneider daraufhin einlenken. Zu Beginn seiner Amtsperiode reduzierte man laut Stettner offenbar das Jahresgehalt auf eine Summe, die sich um die 220.000 Euro bewegt. Vermutlich, so Stettner, bot bei diesen Beträgen zunächst das Einkommen des Intendanten vom BR Orientierung, was aber angesichts des geschrumpften Verantwortungsbereichs, den die BLM noch innehat, nicht mehr tragbar wäre. Schließlich könne man nicht mehr von einer maßgeblichen Aufsicht über bundesweit veranstaltete Privatprogramme sprechen. Diese Funktion würde zum Großteil längst von anderen Organen übernommen. Die BLM beschäftige sich hauptsächlich mit dem lokalen Rundfunk. Solch eine Vergütungspolitik wäre deshalb nicht mehr zu rechtfertigen.⁹⁰

Die BLM wäre auf dem Weg zu einem „Scheitern aus Tausendundeiner Nacht“, so der Autor Thomas Mrazek im „BJVreport“ weiter. Er behauptet sogar, dass es nicht nur in der Staatskanzlei hinter vorgehaltener Hand heiße, dass man dort froh sei, dass Schneider nun auf den BLM-Posten „weggelobt“ worden sei.⁹¹

Gegen die vielseitigen Vorwürfe, die nötige Staatsferne sei nicht gegeben, wenn ein ehemaliger Politiker die Leitung einer eigentlich staatsfernen Institution übernimmt, kann jedoch grundlegend argumentiert werden. Denn der Präsident der BLM wird nachweislich vom 47-köpfigen Medienrat der BLM gewählt. Diesem pluralistisch besetzten Gremium gehören nur zehn seiner Medienräte der Staatsregierung, der CSU-Landtagsfraktion oder CSU-Bundestagsfraktion an. Wen der Medienrat also an die Spitze wählt, ist Sache seiner demokratischen Mehrheitsentscheidung. Ein politischer Einfluss im Hinblick auf eine eventuell unterstellte bzw. zu große Nähe zur CSU kann hier also ausgeschlossen werden.

URL:

http://www.bjv.de/_ws/resource/_ts_1304413532000/rO0ABXQAS2R5bjptb2R1bGVzL3NpdGVzL3dlYnNpdGUvcGFnZXMvaG9tZS9ianZyZXBvcnQvbWFpbi9fcGFnZV9pZF9vX2FkdmluY2VhXzgzMQ==/link01/rep2_11druck.pdf (Zugriff am 07.06.12 um 11:55 Uhr)

⁸⁸Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik, Jurist: Experteninterview v. 11.06.12 und mündliche Mitteilung v. 10.06.12

⁸⁹In 2010 betrugen die Bezüge des Präsidenten der BLM, Wolf-Dieter Ring 320.503,00 Euro In: BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 92

⁹⁰Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik, Jurist: Mündliche Mitteilung v. 10.06.12

⁹¹Vgl. Goblirsch, Maria: „25 Jahre und kein bisschen weise“. In: BJVreport, v. 2/2011. und Mrazek, Thomas: „Schneiders schwierige Mission“. In: BJVreport, v. 2/2011.

URL:

http://www.bjv.de/_ws/resource/_ts_1304413532000/rO0ABXQAS2R5bjptb2R1bGVzL3NpdGVzL3dlYnNpdGUvcGFnZXMvaG9tZS9ianZyZXBvcnQvbWFpbi9fcGFnZV9pZF9vX2FkdmluY2VhXzgzMQ==/link01/rep2_11druck.pdf (Zugriff am 07.06.12 um 11:55 Uhr)

Des Weiteren wird kritisiert, dass nur einzelne Großinvestoren, wie Holland, Oschman, Ippen oder Balle die lokale Rundfunklandschaft sowie den Zeitungsmarkt beherrschen. Es würden immer wieder dieselben Unternehmer in Erscheinung treten, die an einer Vielzahl von privaten Sendern in Bayern beteiligt sind. Die geforderte Vielfalt könne so nicht mehr gewährleistet werden. Doch auch hier lassen sich die Bedenken relativ plausibel zerstreuen, denn in einem Interview äußerte der ehemalige BLM-Präsident Ring dazu, dass in solchen Fällen nach dem Mediengesetz ein Programmausschuss, der aus der Mitte des Medienrats stammt, über die inhaltliche Programmvietfalt wache. Derzeit sei dies bei den Sendern main.tv in Augsburg, tv.touring in Würzburg sowie tv.touring Schweinfurt, TRP1 Passau, dem Regionalfemsehen Landshut und dem Regionalfemsehen Oberbayern der Fall.⁹²

Flieger konkretisiert dies im Experteninterview⁹³ noch deutlicher. Er versichert, dass alle Rundfunkangebote im Fernsehbereich, die im Augenblick in Bayern genehmigt sind, auf jeden Fall den gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Auch er beruft sich auf die Programmausschüsse, die sich aus einem Teil des Medienrats konstituiert haben und regelmäßig von der BLM mit Kontrollen der Sender versorgt werden. Die Programmausschüsse sind ca. ein- bis zweimal im Jahr vor Ort bei dem jeweiligen Sender und sprechen mit Mitarbeitern und Geschäftsführern.

Flieger verwies im Interview direkt auf die betroffenen Unternehmen, wobei er betonte, dass beispielsweise Balle zum einen in Landshut mit knapp, zum anderen in Deggen-dorf mit etwas mehr als 25 Prozent keinesfalls als Hauptgesellschafter dieser Sender fungiert. Der ebenfalls angesprochene Ippen wäre nur bei münchen.tv involviert, allerdings absolut nachrangig in einem Bereich von etwa 7 bis 12 Prozent. Außerdem wäre er über die Döser-Gruppe an Rosenheim beteiligt. Aber auch hier nicht als Hauptgesellschafter.

Ebenfalls bei der Augsburger Allgemeinen, die sehr stark aufgestellt ist, habe die BLM keine Befürchtung, dass das Programm in irgendeiner unzulässigen Weise beeinflusst wird.

Als Hauptkritikpunkt, wenn es unzulässige Mehrheitsbeteiligungen bei den Lokalsendern betrifft, wird von den Gegnern immer wieder die Oschmann-Gruppe aufgeführt. Flieger bestätigte, dass, ganz abgesehen von nur lokalem Fernsehen, Oschmanns ganze Rundfunkbeteiligung auch im Hörfunk unter den verschiedensten Perspektiven diskutiert werden könne. Allerdings habe die BLM bisher ungefähr dreimal eine Bestandsaufnahme über die Konzentration der Medien in Bayern erarbeiten lassen, die

⁹²Vgl. Ebd.

⁹³Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

neueste befinde sich gerade in Fertigstellung und wird voraussichtlich Ende Juli 2012⁹⁴ erscheinen. In der letzten Bestandsaufnahme von 2004 wurde festgestellt, dass bei Oschmann kein Einfluss auf das Programm festgemacht werden konnte. Außerdem sei Oschmann auch ein Glücksfall für die lokalen Medien in Bayern, so Flieger weiter. Oschmann habe immer sehr viel Geld für das lokale Radio und Fernsehen aufgewendet. Auch Beteiligungen, die keinen Gewinn, sondern deutliche Verluste erbrachten, hätte er nicht abgestoßen. Bei Befragungen vor Ort erklärten alle Mitarbeiter demonstrativ, dass sie völlig unabhängig arbeiten könnten. Nach Fliegers Einschätzung würde ein großer Konzern bei Verlusten ganz anders agieren⁹⁵:

„Wenn heute ein Unternehmen feststellt, dass es an einem Standort seit 10 Jahren nur Miese macht, dann ist man ganz schnell dabei, die Mannschaft auszuwechseln.“⁹⁶

Aber genau das habe Oschmann nie gemacht. Er stehe wirklich zu seinen Leuten. Auf der anderen Seite betonte Flieger aber auch, man müsse prinzipiell aufpassen, dass nicht zwei oder drei Gesellschafter das komplette Rundfunksystem in Bayern beherrschen. Wenn beispielsweise ein kleiner Gesellschafter, der nur etwa 10 Prozent am Sender hält, aussteigen möchte, wird sein Anteil unter den übrigen Gesellschaftern aufgeteilt. Nach Fliegers Ansicht müsse hier aber in Zukunft verstärkt ausgeschrieben werden, um neue Kräfte in die Unternehmen zu bringen. Auf der anderen Seite ist es für ihn nur konsequent, dass bestehende Genehmigungen verlängert werden. In der Regel werden alle Genehmigungen auf acht Jahre erteilt (Art. 26 Abs. 1 Satz 2 BayMG). Um den Gesellschaftern eine gewisse Planungssicherheit zu vermitteln, wäre es deshalb nicht sinnvoll, das komplette System auszuwechseln, vor allem nicht dann, wenn es funktioniert. Nicht jedes Mal erfolgt nach Ablauf der Genehmigungsfrist eine Ausschreibung, aber eben dort, wo sich einzelne Gesellschafter zurückziehen, müsse seiner Meinung nach die BLM zukünftig stärker darauf achten, dass neu ausgeschrieben wird.⁹⁷

Trotz dieses geklärten Kritikpunktes halten sich weitere hartnäckige Argumente von Gegnern.

⁹⁴Nach Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Mündliche Mitteilung v. 17.07.12 stellte sich heraus, dass die Bestandsaufnahme über die Konzentration der Medien in Bayern für 2012 voraussichtlich nicht mehr im Juli fertig gestellt wird. Die aktuellen Ergebnisse dieser Bestandsaufnahme können deshalb nicht mehr in diese Arbeit einfließen. Allerdings prognostizierte Flieger, dass die aktuellen Ergebnisse nicht wesentlich von denen der letzten Bestandsaufnahme abweichen werden.

⁹⁵Vgl. Ebd.

⁹⁶Ebd.

⁹⁷Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview vom 12.06.12

In einem Kommentar der Süddeutschen Zeitung „Gehätscheltes Lokalfernsehen“ bezeichnet der Autor Stroh die Zusammenhänge von Politik und Lokalfernsehen als die Geschichte von Süchtigen. Auch hier werden die Zuschüsse, die die Lokalsender in Bayern seit vielen Jahren bekommen und die ursprünglich angeblich nur als Anschubfinanzierung gedacht waren, stark kritisiert. Noch bei jeder Verlängerung der Subvention hätte die Politik versprochen, das wäre nun aber wirklich das letzte Mal.

„Das ist so glaubwürdig wie ein Alkoholiker, der sich ein paar Jägermeister genehmigt und hoch und heilig verspricht, morgen werde er dann ganz sicher das Trinken aufhören. Ganz sicher. Wirklich morgen.“⁹⁸

Stroh befürchtet, dass immer wieder ein Nocheinmal der Fortsetzung der Förderung folgen wird, sich dabei aber am Grundproblem, nämlich, dass sich Lokal-TV nicht rechne, nichts ändern würde. Die Argumente der Befürworter der Förderung seien ihm zu schwach, denn seiner Meinung nach wäre die Qualität der Lokalen oft schlecht, obwohl der Staat schon so lange üppige Zuschüsse zahlt. Die Förderung sei für die Betreiber der lokalen Fernsehsender überdies ein gutes Geschäft, weil sie dadurch erst gar nicht Schleichwerbung betreiben müssten, wie es in Bayern doch schon so oft vorgekommen sei. Als Lösung des Problems schlägt der Autor vor, der BR solle doch die regionale Berichterstattung in sein Programm integrieren. Schließlich wäre dieser flächendeckend mit Mitarbeitern vertreten und empfangbar. Dabei bezieht er sich auf den WDR, bei dem dies doch auch funktioniere. Schließlich kommt er zu dem Schluss, dass in Bayern die Süchtigen „mit dem süßen Gift der Zuschüsse“ ganz gut leben würden, da sich die Politiker freuen, wenn sie bei bald jedem Wahlkampfauftritt irgendwo im Land von einem mit einer Kamera ausgestatteten Praktikanten empfangen würden, der ihre Spruchblasen garantiert ungefiltert im Fernsehen sendet. Seiner Meinung nach wäre es Zeit für einen Entzug.⁹⁹

Man könnte hier versuchen, jedes Argument des Autors im Detail zu widerlegen, was aber gar nicht notwendig ist. Offensichtlich beabsichtigt der Autor darauf hinzuweisen, dass die staatliche Förderung den Steuerzahler zu sehr belastet. Seiner Ansicht nach soll deswegen die Förderung komplett eingestellt werden. Stattdessen präsentiert er als zufriedenstellenden Lösungsvorschlag, die regionale Berichterstattung dem BR zu übertragen und nennt als vergleichbares Beispiel den WDR. Dieser benötigt jedoch zur Finanzierung seiner 9 Regionalprogramme jährlich ca. 130 Millionen Euro aus der

⁹⁸Stroh, Kassian: „Gehätscheltes Lokalfernsehen“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Dienstag, 04.08.2009, S. 29 vgl. zum Thema Schleichwerbung auch „Die ideale Bühne für Firmen aller Art. In vielen lokalen Fernsehprogrammen in Bayern regiert die Schleichwerbung“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Dienstag, 07.04.92

⁹⁹Vgl. Ebd.

Rundfunkgebühr¹⁰⁰. Wie erläutert, werden sogar mit eventuellem Nachtragshaushalt dieses Jahr aus dem Staatshaushalt für die bestehenden 16 lokalen Fernsehstationen in Bayern insgesamt nicht mehr als 7 Millionen Euro ausgegeben. Theoretisch wäre es natürlich möglich, dem BR die Aufgabe der regionalen Berichterstattung zu übertragen. Zuvor würde er allerdings bei der KEF höchstwahrscheinlich einen sehr viel höheren Bedarf an Finanzmitteln aus der Rundfunkgebühr zur Erfüllung dieser Aufgabe anmelden. Das hätte dann eine Erhöhung der Rundfunkgebühr zur Folge. Die Rundfunkgebühr trägt bekanntlich, um es verallgemeinernd und vereinfacht darzustellen, der Bürger. Die Frage des „geringeren Übels“, um dies im Sinne des Autors auszudrücken, lässt sich also relativ leicht beantworten.

Wobei Stroh, aus dessen Feder auch der bereits diskutierte Artikel „Am Tropf des Staates“ stammt, im Grunde, abgesehen von den kommentarüblichen Spitzen, in einem Punkt Recht zu geben ist: Die lokalen Fernsehstationen müssen alle erdenklichen Optimierungsvorschläge umsetzen, um selbst wirtschaftlich tragfähig arbeiten zu können. Dazu mehr in Kapitel 9.

Neben der vermeintlich schlechten Qualität des Lokalfernsehens, auch gerne verschrien als Praktikanten-TV, bleibt die Kritik aber dort am lautesten, wo es um politische Fragen geht. In der Zeitschrift Tendenz wird zum Beispiel die Medienforscherin Marlene Wöste zitiert, die bereits 1999 urteilte, dass dort, wo Lokalfunk heute rentabel arbeite, dies meist Folge medienpolitischer Korrekturen sei.¹⁰¹ Und nichts anderes ist es auch.

5.2 Positionen von Wirtschaft und Verbänden

Das einzig Innovative an den neuen Medien ist der lokale Rundfunk, weil alles andere im Prinzip vorher schon da war.“

Roland Bornemann, Justiziar der BLM¹⁰²

5.2.1 Lokale TV-Anbieter

Selbstverständlich vertreten die lokalen TV-Anbieter, was die Förderung betrifft, ganz andere Ansichten als manche politischen Vertreter, da erstere vehement um ihre Exis-

¹⁰⁰Vgl. Schneider, Siegfried. Präsident der BLM, Mündliche Mitteilung v. 05.05.2012

¹⁰¹Vgl. Gahlau, Christoph: „Sendepause für Lokal-Redakteure“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Montag, 26.11.01, S. 53.

und vgl. Ressing, Philippe: „Zitterpartie“. In: Tendenz 2, 2003, S. 5 f.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/zitterpartie.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 15:56 Uhr)

¹⁰²BLM, Medienrecht, 2001, S. 106

tenz kämpfen. Sie sehen sich selbst als konsequente Fortsetzung des föderal strukturierten ARD-Konzepts in ihren Sendegebieten, da sich die Programmbetriebe inhaltlich betrachtet als öffentlich-rechtliche Angebote etabliert hätten.¹⁰³

Bei einer Anhörung 2009 im Bayerischen Landtag wurden die lokalen TV-Anbieter gebeten, zum Änderungsgesetz, das die Förderung von 2009 bis einschließlich 2012 aus staatlichen Mitteln sicherte, Stellung zu beziehen sowie einen Zukunftsausblick zu geben.

In seiner Rede, die stellvertretend für alle bayerischen Lokalfernsehanbieter Gültigkeit haben kann, bezeichnete sich Norbert Haimerl, der Geschäftsführer des Regionalfernsehens Oberbayern, als sehr froh über die Fortsetzung der Förderung:

„Erstmals seit vielen Jahren haben wir wieder das, was wir gerne als Planungssicherheit bezeichnen, als Investitionsgrundlage für Technik, für Mitarbeiter und programmliche Initiativen. Wir werden uns wieder selbstbewusster unserem Programmauftrag stellen können: lokales Informationsfernsehen mit einem Fokus auf Kultur, Heimatgeschichte, Brauchtum und politischer Information – das war und ist nach wie vor die eigentliche Innovation im Bereich der sogenannten neuen Medien.“¹⁰⁴

Laut Haimerl bräuchten nach Jahren der Bereinigung und Strukturanpassung die verbliebenen Sender in Bayern jetzt die zitierte Planungssicherheit und eine Phase der Konsolidierung. Vor allem vor dem Hintergrund, dass neue Distributionswege, wie Handyfernsehen via DVB-T, digitales Satellitenfernsehen und auch Fernsehen über Internet neue Herausforderungen darstellen. Da diese neuen Wege aber keinesfalls die alten ersetzen sollen, sondern zusätzlich zu den alten beschritten und erschlossen werden müssten, bedeute dies auch mehr Kosten, mehr Logistik, mehr Aufwand und neue Investitionen. Durch die Gesetzesinitiative wäre laut Haimerl der status quo, diese Dinge in Angriff zu nehmen, aber zunächst einmal gesichert.¹⁰⁵

Im dazugehörigen Konzept bestätigte Haimerl, dass die Förderung aus dem Staatshaushalt erst die lokale Fernsehlandschaft in Bayern mit ihrem ausgeprägten Informations- und Servicecharakter im lokalen und regionalen Raum ermöglichen würde. Zum einen ist damit die Förderung der technischen Infrastruktur gemeint, die grundsätzlich erst die Erreichbarkeit möglichst vieler Zuschauer ermögliche, zum anderen die Förde-

¹⁰³Vgl. Haimerl, Norbert: „Globalisierungsoffer oder Subsidiaritätsgewinnler? Lokales und regionales Fernsehen in Bayern unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsproblematik“. In: Nawratil, Ute et al.: „Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner.“ Leipziger Universitätsverlag, Leipzig, 2002, S. 493

¹⁰⁴Haimerl, Anhörung, Rede, 2009

¹⁰⁵Vgl. Ebd.

rung der Produktionskosten, durch die ein lokal-regionales TV-Angebot mit öffentlich-rechtlichem Grundversorgungsscharakter möglich werde, was bezeichnend sei für den bayerischen Weg und sich inhaltlich wohltuend von nur vermeintlich entsprechenden Angeboten in anderen europäischen Ländern oder den USA unterscheide. Das System bezeichnete Haimerl als stabil und zukunftsfähig. Voraussetzung dafür sei allerdings, dass baldmöglichst Kontinuität im Interesse der Planungssicherheit signalisiert werden könne. Er warnte, dass ohne eine Förderung aus dem Staathaushalt die lokale TV-Landschaft Bayerns in dieser Form nicht existent wäre, weil es alleine schon an der dem Flächenstaat angemessenen technischen Verbreitung mangeln würde und daraus resultierend auch an der Akzeptanz in der lokalen und regionalen Wirtschaft. Die schwerwiegendste Befürchtung lautet allerdings, dass ohne die Förderung der Produktionskosten die Gefahr bestehe, dass sich die Inhalte der lokalen und regionalen Angebote nur noch am Werbemarkt orientieren würden und höchstwahrscheinlich zu Dauerwerbeangeboten degenerierten. Weiter vermutet Haimerl, dass die Inhalte aus dem derzeitigen Informations- und Serviceangebot mit öffentlich-rechtlichem Grundversorgungsscharakter weitgehend zur Disposition gestellt und einfachen Unterhaltungsangeboten mit geldwerthem Charakter geopfert werden müssten. Auf die Frage, wie das bisherige Gesetz zur Förderung bewertet und als wie zielgenau und effektiv dieses Förderverfahren eingeschätzt werden kann, bietet Haimerl einen Lösungsvorschlag an. Seiner Meinung nach ließe sich die Zielgenauigkeit, insbesondere mit Blick auf die programmliche Qualität, durch eine regelmäßige Ermittlung des grundsätzlichen Finanzbedarfes deutlich erhöhen.¹⁰⁶

Mit der Studie „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ ist dies zwar schon einmal gelungen. Allerdings befindet sich die Studie auf dem Stand von 2006, sodass eine neuerliche Durchführung der Studie zu empfehlen wäre. Dieser Auffassung schließt sich übrigens auch Stettner im Experteninterview an.

Des Weiteren fordert Haimerl eine zukünftige Gesetzesänderung, die für alle Sender eine zwingende Kooperation in der bayernweiten Vermarktung über ein entsprechendes Engagement bei TV-Bayern vorsehen soll. Die Zusammenarbeit werde bisher nicht von allen Sendern konsortial unterstützt. Gemeint war damit vermutlich münchen.tv, das sich zu diesem Zweck einem nationalen Vermarktungsverbund angeschlossen hatte.

Um Anreize zum Wettbewerb zu setzen, müsse laut Haimerl eine Verbesserung der individuellen Wettbewerbsfähigkeit stattfinden. Diese sei nur durch intensive Anstrengungen in Personalausstattung sowie Investitionen in technische Infrastruktur zu opti-

¹⁰⁶Vgl. Haimerl, Anhörung, Konzept, 2009

mieren ergo müsse das System in Zukunft die Option für Gewinne beinhalten, die in das System reinvestiert werden können.

Außerdem könne die Abnahme regelmäßiger Korrespondentenberichte durch den BR zu einer spürbaren Konsolidierung der bayerischen TV-Landschaft beitragen. Im Flächenstaat Bayern würden die Lokalsender sowieso das größte Netz an Kamerateams und TV-Journalisten betreiben. Von einer Zusammenarbeit in diesem Sinne könnten also beide Parteien profitieren.

Auf der anderen Seite wird auch Kritik geäußert. Durch die Förderung konnte zwar mit der Entwicklung der Technik im Hinblick auf die Verbreitung der Programme Schritt gehalten werden, allerdings zum Preis deutlich höherer Kosten, denn die entsprechenden Mittel stehen seitdem nicht mehr den Programmen bzw. der inhaltlichen Produktion zur Verfügung. Außerdem werden die Programme der Lokalen mit geringerer Bandbreite übertragen und verfügen nicht einmal über das PAL-Format. Im Wettbewerb mit Programmangeboten, die sich zunehmend in den Bereich von HDTV mit immer größeren Bildschirmen entwickeln, wird dies laut Haimerl ein zunehmend größeres Problem.

Abschließend betonte er, dass die Meinungsvielfalt in der qualitativen Bewertung der Programmangebote einen breiten Raum einnehmen würde. Die Meinungsvielfalt sei Grundlage aller journalistischen Anstrengungen der Redaktionen in den lokalen und regionalen TV-Sendern. In oftmals monopolartig strukturierten Kommunikationsräumen mit eindeutiger Dominanz bei Print, Hörfunk und Onlineangeboten, konnten die lokalen Fernsehanbieter bisher einen großen Beitrag zur Meinungsvielfalt leisten.¹⁰⁷

In der öffentlichen Presse sind Lobeshymnen auf die lokalen Fernsehsender in Bayern allerdings nur rudimentär zu finden. Barbara Nolte nahm sich jedoch in einem Artikel der Süddeutschen Zeitung genauer des Senders Oberpfalz-TV an. Sie schreibt, das Programm des Senders erfreue sich derartiger Beliebtheit, dass spätestens zu Beginn der Sendung alle Plätze auf dem heimischen Sofas besetzt seien. Damit könnte sie recht haben, denn mit Verweis auf die Funkanalyse belegt sie weiter, dass Oberpfalz-TV einen Marktanteil von 33 Prozent erreiche, zwar nur 90.000 mögliche Zuschauer hätte, aber mit Gewinn arbeite. So eine Traumquote würden höchstens noch Fußball-Länderspiele erreichen. Diese Tendenz ist leicht nachvollziehbar, da die Lokalen nah am Bürger aus der Region berichten. Mit Nachrichten aus Nachbarns Garten zeigen sie das wahre Leben, ungeschminkt. Selbst die Werbung mit Spots aus den örtlichen Geschäften sei beliebt, so Nolte weiter:

¹⁰⁷Vgl. Ebd.

„Aufmerksamkeit bis zur Abschluß-Kamerafahrt übers Studiopublikum – wäre ja möglich, daß man wen erkennt. Und die Saalgäste winken zurück.“¹⁰⁸

Dem Zuschauer sei völlig nebensächlich, ob die Kamera einmal wackelt, das Bild unscharf ist, oder der Ton nicht stimmt. Sie mögen anscheinend diesen Realismus und fänden es sogar gut, wenn der Moderator Dialekt spricht. Das stärke die Verbundenheit der Zuschauer mit dem Sender – die Heimatverbundenheit.

Besonders dort, wo die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weiße Flecken auf der Landkarte hinterlassen hätten oder die Ortsnamen falsch aussprechen, kommen die Lokalen gut an.¹⁰⁹ Das Problem mit der verbrannten Erde haben mittlerweile nicht nur die lokalen Fernsehstationen, sondern auch die Menschen selbst erkannt. Wenn der Reporter eines Lokalsenders einen Bürger zu einem heiklen Thema interviewen soll, genießt er den Vorteil, dass man sich sowieso kennt, schnell im Gespräch ist und sich der Interviewte gut aufgehoben fühlt. Kamerateams von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gehen stattdessen oftmals ziemlich rabiāt vor. Hauptsache, die „Story ist im Kasten“, wie sich der Interviewte nachher fühlt, ist völlig belanglos, denn man sieht sich vermutlich nie wieder.

Ein weiterer Punkt also, der vielmehr sogar für die Kleinheit der lokalen Fernsehsender steht.

Aus der Innensicht der lokalen Fernsehanbieter sowie in der Außenbetrachtung stellt sich insgesamt heraus, dass diese eine bedeutende Rolle in der bayerischen Fernsehlandschaft darstellen, die es keinesfalls zu vernachlässigen gilt.

77,78 Prozent der befragten Lokalsender gaben in den Fragebögen an, dass sie die Rolle des derzeitigen lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft als „sehr wichtig“ einstufen.¹¹⁰

5.2.2 VBL & VBRT

Der 1984 gegründete Verband Bayerischer Lokalfunk (VBL) ist die größte und älteste Interessenvertretung lokaler und regionaler Rundfunkstationen in Bayern. Mit über 60 Mitgliedern setzt sich der Verband für den Erhalt und die Entwicklung der lokalen Hörfunk- und Fernsehsender ein. Schon von Anfang an engagierte sich der VBL auch bei

¹⁰⁸Nolte, Barbara: „Die Nachrichten aus Nachbars Garten“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Mittwoch, 02.07.97, S. 25

¹⁰⁹Vgl. Ebd.

¹¹⁰Vgl. Anlage Nr. 3: Auswertung der Fragebögen

wirtschaftlichen Fragen im bayerischen Mediensystem. Vor allem das immer wieder aufflammende Thema um die finanzielle Förderung der lokalen Fernsehsender beschäftigt den VBL stetig. Unter anderem aus seiner Feder und der der Vereinigung Bayerischer Rundfunk Anbieter (VBRA) stammt auch das bereits erwähnte Grundlagenpapier zur Fortsetzung der Förderung nach 2012. Ebenso in Sachen Aus- und Fortbildung engagiert sich der Verband sehr stark im lokalen Rundfunkbereich. Mit der Medien Praxis GmbH gründete er die heute größte Einrichtung zur Nachwuchsförderung.¹¹¹

Bei Belangen des lokalen Rundfunks arbeiten VBL, VBRA, BLM und natürlich die lokalen Fernsehanbieter selbst meist eng zusammen. Sie wollen die Zukunft des lokalen Radios und Fernsehens möglichst in der bestehenden Struktur erhalten und fördern.

„Wir werden weiterhin mit der Politik konstruktiv und sachorientiert im Gespräch bleiben, damit alle Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Finanzierungsmodelle nüchtern abgewogen werden.“

Willi Schreiner, VBL-Vorsitzender¹¹²

Als Wirtschaftsverband und deutschlandweite Interessenvertretung der privaten Rundfunk- und Telemedienunternehmen unterstützt der VPRT, der „Verband Privater Rundfunk und Telemedien“ diese Unternehmen im Dialog mit Politik und Marktpartnern. National und auf EU-Ebene sollen für seine rund 140 Mitglieder adäquate regulatorische, technologische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen geschaffen werden.¹¹³

„Wer also den Informationsauftrag des Lokalfernsehens ernst nimmt, darf die Existenz der Stationen nicht allein von deren wirtschaftlichen Tragfähigkeit abhängig machen.“

Wolf-Dieter Ring, ehem. BLM-Präsident.¹¹⁴

¹¹¹Vgl. VBL: Pressemitteilung. 25 Jahre lokales/regionale Radios und Fernsehen – 25 Jahre erfolgreiches Engagement des VBL, v. 11.11.09.

URL: www.v-b-l.de/fileadmin/output/vbl_2009-1101.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:12 Uhr)

¹¹²VBL: Pressemitteilung. v. 30.01.07. „VBL begrüßt Initiative zur Neugestaltung des Lokalfernsehens“.

URL: www.v-b-l.de/uploads/media/vbl_pressemitteilung_01_2007.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:01) – Thematisiert wurde die vorübergehende Finanzierung aus dem Staatshaushalt von 2008 bis 2009, die Absicht hinter dem genannten Zitat kann aber durchaus auch noch auf die heutige Situation übertragen werden.

¹¹³Vgl. VPRT: „Pressemitteilung Nr. 23/2011. VPRT veröffentlicht Marktprognose 2011“.

URL: <http://www.vprt.de/verband/presse/pressemitteilung/content/vprt-ver%C3%B6ffentlicht-marktprognose-2011-2011?c=4> (Zugriff am 16.04.12 um 19:31 Uhr)

¹¹⁴Ressing, Philippe: „Zitterpartie“. In: Tendenz 2, 2003, S. 9.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/zitterpartie.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 15:56 Uhr)

Flieger¹¹⁵ gab an, die Rolle des Lokalfernsehens als sehr wichtig einzuschätzen, denn durch das lokale Fernsehen bestünde eine wichtige Ergänzung zum lokalen Radio. Nur in der Existenz beider Systeme sei die Bevölkerung wirklich gut zu erreichen. Auch biete das lokale Fernsehen im Gegensatz zum Radio noch das bewegte Bild, was eine ganz wichtige Komponente für die Leute darstelle.¹¹⁶

„Das lokale Fernsehen hat im Augenblick etwa 830.000 Seher täglich. Das zeigt doch ganz deutlich, wie beliebt lokales Fernsehen in Bayern ist.“¹¹⁷

5.2.3 Verlage

Immer wieder äußern Zeitungsverlage ihre Bereitschaft, sich an lokalen Fernsehprogrammen zu beteiligen. Dadurch und vor allem durch die gemeinsame Vermarktung unter dem Dach eines gemeinsamen Funkhauses könne die Wirtschaftlichkeit auf beiden Seiten verbessert werden, so das Argument. Ob dies jedoch zu empfehlen ist, welche Absichten die Verlage tatsächlich dabei verfolgen und in welchem rechtlichen Rahmen solche Beteiligungen möglich wären, soll im Folgenden geprüft werden.

Nach Art. 25 Abs. 5 Satz 1 BayMG darf durch seine Beteiligung an Rundfunkprogrammen niemand einen in hohem Maße ungleichgewichtigen Einfluss auf die Bildung der öffentlichen Meinung im Versorgungsgebiet (vorherrschende Meinungsmacht) erhalten. Eine Beteiligung von beispielsweise Zeitungsverlagen an den lokalen Fernsehstationen ist deshalb nach Art. 25 Abs. 6 BayMG nur möglich, wenn die Genehmigung für mindestens ein Rundfunkprogramm eines anderen Anbieters für den überwiegenden Teil des Versorgungsgebiets vorliegt oder ausreichende Vorkehrungen gegen das Entstehen einer vorherrschenden Meinungsmacht getroffen werden. Danach kann sich ein Unternehmen gemäß Art. 25 Abs. 7 BayMG, das mehr als 50 vom Hundert der Gesamtauflage der im Versorgungsgebiet erscheinenden Druckwerke mit meinungsrelevantem Inhalt verbreitet, an Rundfunkprogrammen beteiligen, wenn die in Abs. 6 Satz 1 genannten Bedingungen vorliegen oder wenn ausreichende Vorkehrungen gegen das Entstehen vorherrschender Meinungsmacht nach Abs. 5 Satz 2 getroffen werden. Da durch die von der BLM ergriffenen Maßnahmen zur Strukturoptimierung, das heißt Abbau von Doppelgenehmigungen, die Rundfunkanbieter in lokalen Versorgungsgebieten meist über eine Monopolstellung verfügen, ist eine Mehrheitsbeteiligung von Zeitungsverlagen nach Art. 25 Abs. 6 Satz 1 BayMG ausgeschlossen. Wenn eine vor-

¹¹⁵Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview vom 12.06.12

¹¹⁶Vgl. Ebd.

¹¹⁷Ebd.

herrschende Meinungsmacht eliminiert werden kann, ist zwar eine Beteiligung, allerdings keine Mehrheitsbeteiligung von Verlagen möglich.

In der gemeinsamen Studie von Goldmedia, in Auftrag gegeben von der BLM und der Bayerischen Staatskanzlei, heißt es, dass der VBZV bereits seit längerem bestrebt sei, den bayerischen Zeitungsverlegern ein stärkeres wirtschaftliches Engagement im lokalen Rundfunk zu ermöglichen. Auf Grund sinkender Umsätze im klassischen Anzeigengeschäft sowie allgemein rückläufiger Auflagenzahlen müssten die Verlage in den Bereich der elektronischen Medien expandieren, um ihre Werbeumsätze und Rezipienten-Reichweiten stabilisieren und mittelfristig wieder steigern zu können.

Laut Goldmedia würden sich durch die Zusammenführung von tagesaktuellen Printmedien und Rundfunkmedien in einem Medienhaus durch eine crossmediale Verzahnung, vor allem im Marketing-Bereich, erhebliche Synergiepotenziale bieten. Sollte das funktionieren, könnten sich Zeitung und Rundfunk gegenseitig bewerben. Hierdurch entstünde statt einer Marktverdrängung durch die Verlage eine Co-Existenz, was für die Rundfunkanbieter selbstredend von Vorteil wäre. Dadurch, dass sich aber Verlage auf Grund des BayMG fast ausschließlich lediglich als Minderheitsgesellschafter beteiligen können, fehlt die Motivation für ein höheres Engagement seitens der Verlage, da kaum crossmediale Strategien entwickelt und konsequent umgesetzt werden können.¹¹⁸

In einer Stellungnahme des VBZV an Goldmedia, wie die Verlage zur Rolle des lokalen Fernsehens in Bayern stehen, schreibt Dr. Holger Paesler, dass nach wie vor generelles Interesse seitens der Verleger existiere, sich am lokalen Fernsehen in Bayern zu beteiligen, auch durchaus in stärkerem Maße als bislang.

Daraus folge aber auch der Wunsch nach stärkerer Kooperation, Gestaltung und Medienhauskonzepten. Es müsse Gewähr bestehen, dass sich die Verlagshäuser in einer Weise und Größe am Fernsehen beteiligen, die dann Synergien und Wertschöpfung mit anderen Medien ermöglichen.

Man wäre sich sicher, dass ein größerer Zuschnitt der Versorgungsgebiete sowie eine stärkere Beteiligung der übrigen Medienanbieter vor Ort, also der Zeitungsverlage, eine Alternative zur Förderung darstellen würde.¹¹⁹

Demnach würden sich Verleger nur unter zwei Voraussetzungen bei lokalen Rundfunksendern beteiligen. Zum einen wäre eine erhebliche Vergrößerung der Versorgungsgebiete nötig, zum Beispiel auf Regierungsbezirksebene, worauf in Kapitel 9

¹¹⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 162

¹¹⁹Vgl. Ebd. S. 185 f.

noch ausführlich eingegangen wird, zum anderen müsste den Verlegern mehr Einfluss auf die Programmgestaltung eingeräumt werden. Des Weiteren sähen sie es als wünschenswert an, die Sender als Mehrheits- oder sogar als Alleineigentümer in ihren Verlag zu integrieren. Dann wäre es ihrer Ansicht nach möglich, dass Regionalfernsehen auch ohne die Unterstützung finanzieller Förderung erfolgreich betrieben werden kann.

Goldmedia schließt sich dieser Möglichkeit in der Studie zumindest zum Teil an. Ihrer Auffassung nach könnte ein konstruktives Engagement regionaler Zeitungsverlage durchaus die Chance bieten, den Betrieb von Regionalfernsehen in Bayern auf solider wirtschaftlicher Basis zu realisieren. Denn durch ihre Unterstützung wäre es eventuell möglich, die niedrigen Sekundenpreise bei der Spotvermarktung deutlich anzuhohen.¹²⁰

Allerdings wären mit der Beteiligung von Verlagen am lokalen Fernsehen auch Risiken verbunden. Würde die Mediengesetzgebung für solche Mehrheitsbeteiligungen geöffnet, bestünde generell das Problem der Bildung einer vorherrschenden Meinungsmacht. Außerdem ist davon auszugehen, dass sich Verlage eventuell nur an den lokalen Fernsehsendern beteiligen wollen, um ihr eigentliches Stammgeschäft zu schützen.

Diese Gefahr bestätigt auch Goldmedia. In der Studie wird hervorgehoben, dass die meisten bestehenden Verlagsbeteiligungen aus der Überlegung heraus entstanden, die Wettbewerber am lokalen Werbemarkt zu kontrollieren. Bisher würden sie zwar noch keinen Verdrängungswettbewerb führen. Mit einer veränderten Versorgungsgebietsstruktur könnte dies aber vielleicht eintreten, da größere TV-Sender auch einen größeren Wettbewerber darstellen. Des Weiteren wird in der Studie die Befürchtung geäußert, dass Verlage, die Fernsehen auf Regierungsbezirksebene vermarkten, zwangsläufig in den Werbemarkt benachbarter Zeitungsverlage eindringen würden. Das hätte schlimmstenfalls zur Folge, dass die anderen Verlage, die nicht an einem Sender beteiligt sind, in Versuchung gerieten, mit Preis- und Rabattmodellen den Markteintritt des Regionalsenders zu verhindern.¹²¹

Auf der anderen Seite könnte durch eine Mehrheitsbeteiligung eines Zeitungsverlages an einem Regionalsender auf Regierungsbezirksebene auch ein Monopol im regionalen Raum entstehen. Davon ausgehend, dass der in einem Medienhaus zusammengeschlossene Verlag mit dem Sender eine vorherrschende Marktmacht erreicht, könnte

¹²⁰Vgl. Ebd. S. 164 f.

¹²¹Vgl. Ebd. S. 165

dies auch dazu führen, dass kleinere Verlage verdrängt werden. Dies würde wiederum die Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet in nicht hinnehmbarer Weise gefährden.

In der Zeitschrift Tendenz wird sogar berichtet, dass viele regionale Tageszeitungen die lokalen TV-Sender bereits mit eigenen Bewegtbildangeboten im Internet angreifen würden.¹²²

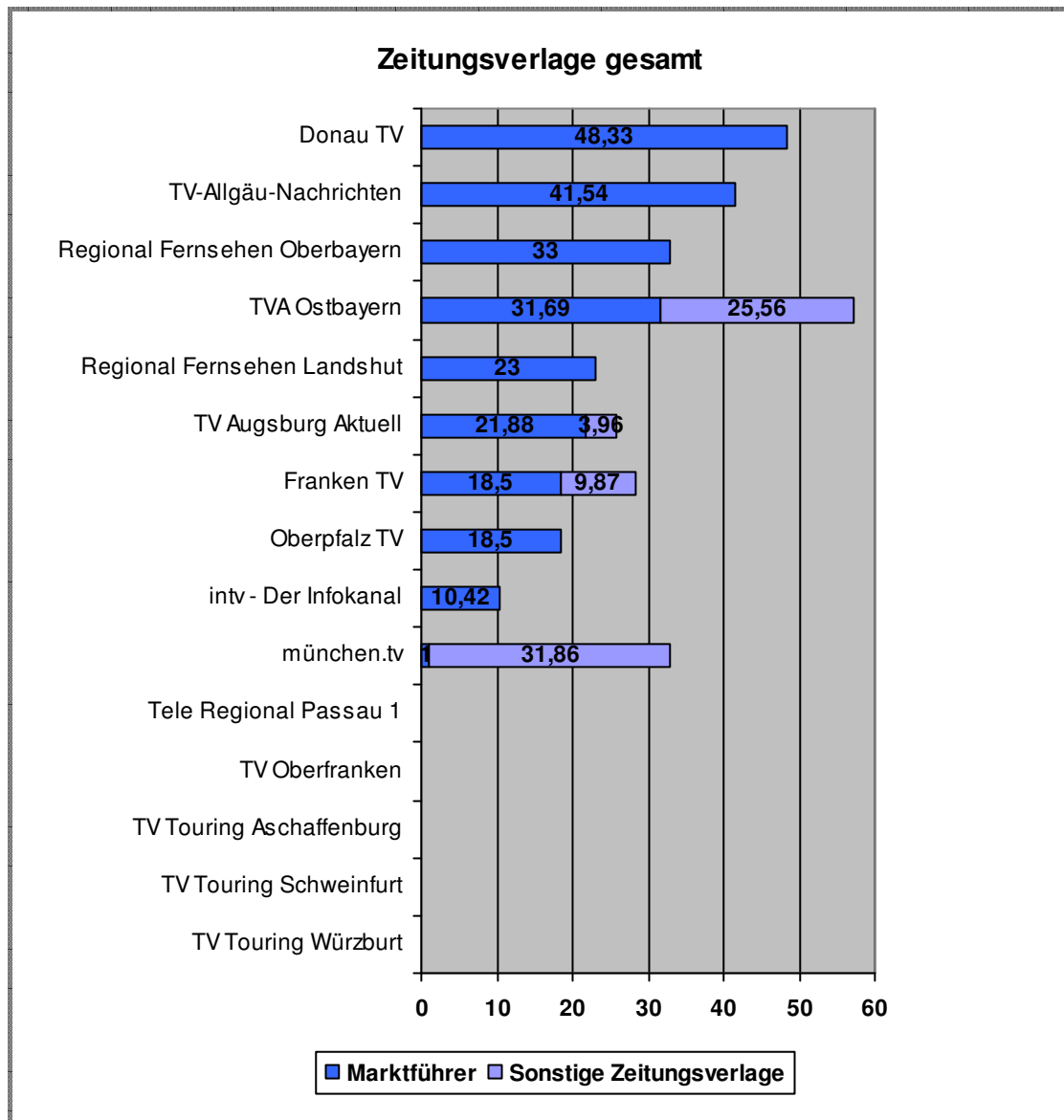
Goldmedia führt noch einen weiteren Grund an, der zur Gefährdung der gleichmäßigen Versorgung der Bevölkerung mit lokalen Fernsehinformationen beitrüge. Denn hätten die Verlage die geforderte Freiheit, nach eigenem Ermessen über Programmgestaltung und Programmverbreitung zu bestimmen, wäre die Tendenz gegeben, diese an rein ökonomischen Gesichtspunkten auszurichten. Es könnte unterstellt werden, dass unwirtschaftliche Gebiete dann ohne Versorgung blieben. Nach Goldmedia könnte man dieser Gefahr zwar durch entsprechende Genehmigungsauflagen vorbeugen, dadurch würde aber das Engagement der Verlage zur Beteiligung höchstwahrscheinlich wieder sinken.¹²³

Die vorangegangenen Ausführungen zeigen also ganz deutlich, welche Gefahren und Risiken mit der Beteiligung von Zeitungsverlagen an lokalen Rundfunksendern verbunden sind. Dennoch scheiden sich nach wie vor die Geister darüber, ob die Möglichkeit einer Beteiligung zu Gunsten einer besseren Wirtschaftlichkeit der lokalen Fernsehsender eingeräumt werden sollte.

¹²²Vgl. Schneider, Guido: „Krise als Chance nutzen“. In: Tendenz Nr. 2, 2009, S. 14.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/13-15_Vermarktung.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:58 Uhr)

¹²³Vgl. Ebd. S. 165



Quelle: AKM-Studie: „Wirtschaftliche Verflechtungen und Wettbewerb der Medien in Bayern“, BLM Schriftenreihe Bd. 83

**Abbildung 3: Beteiligung der Zeitungsverlage am lokalen Fernsehen in Bayern
Ende 2005 in Prozent¹²⁴**

¹²⁴Goldhammer et al. Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 163

B
**Grundlegendes zur wirtschaftlichen Lage der
lokalen TV-Sender in Bayern**

6 Aktuelle wirtschaftliche Situation der lokalen TV-Sender in Bayern

Im folgenden Kapitel werden grundlegende Fakten und Zahlen zur wirtschaftlichen Situation der bayerischen Lokal- und Regionalsender dargestellt.

Als wesentliche Quellen für diesen Abschnitt dienten vor allem die „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ von 2006 sowie die „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“ und die Funkanalyse 2011¹²⁵. Um die Angaben aus diesen Werken auf einen aktuelleren Stand zu bringen und auf diese Weise eine realitätsnahe Abbildung der Situation schaffen zu können, fließen als Ergänzung in dieses Kapitel ein Experteninterview mit Herrn Dr. Flieger, dem Pressesprecher der BLM, mit ein sowie die Auswertung des tatsächlichen Rücklaufs von ursprünglich 16 Fragebögen, die an alle lokalen Fernsehstationen in Bayern verschickt worden sind.

6.1 Allgemeine Angebotsstruktur

Zunächst wird dem Leser ein deutschlandweiter und anschließend ein bayernweiter Gesamtüberblick gegeben. Die Hinführung vom Allgemeinen zum Besonderen erleichtert dem Leser die wirtschaftliche Einordnung der Lokalsender im Branchenvergleich.

6.1.1 Deutschlandweiter Gesamtüberblick

Deutschlandweit gab es im Jahr 2010 139 Lokal- und Ballungsraumprogramme sowie zusätzlich 16 lokale Spartenprogramme, die von insgesamt 108 Sendern erstellt wurden. Damit produzierten sie knapp die Hälfte aller 293 Fernsehkanäle in Deutschland.¹²⁶ In der bundesweiten Summe arbeiteten sie aber dennoch defizitär, das heißt, kumuliert konnte nur ein Kostendeckungsgrad von 97 Prozent erreicht werden. Bei differenzierter Betrachtung kann jedoch festgestellt werden, dass die Lokalsender mit einem Kostendeckungsgrad von 99 Prozent insgesamt profitabler arbeiten als die Ballungsraumsender, die lediglich 94 Prozent erzielen konnten.

Die Zahl der Beschäftigten im Lokal- bzw. Regionalfernsehen lag Mitte 2011 bei rund 2.400 Mitarbeitern. Allerdings beträgt der Anteil der Festangestellten nur etwa zwei

¹²⁵Siehe dazu auch: Goldmedia: „Zukunft des lokalen Fernsehens in der digitalen Welt – Anforderungen an ein Finanzierungsmodell“, v. 22.06.10

¹²⁶Siehe dazu auch: Goldmedia: „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2010/2011. Die Rundfunkwirtschaft im Überblick“, v. 05.12.11

Drittel. Lediglich in Bayern ist die Beschäftigungszahl des privaten Rundfunks höher als die des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In allen anderen Bundesländern, in denen sich der Hauptsitz einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt befindet, stellt sich die Situation umgekehrt dar. Im gesamten Rundfunk waren 2010 deutschlandweit insgesamt 74.412 Menschen beschäftigt. Mit 20,4 Prozent, das entspricht rund 7.800 Mitarbeitern, nimmt Bayern hier den zweiten Platz hinter Nordrhein-Westfalen ein.

Bei Betrachtung der bundesweiten Entwicklung in den letzten 10 Jahren kommt man zu dem Ergebnis, dass die Anbieter von Lokal- und Ballungsraum-TV in der Summe fast durchgehend defizitär gewirtschaftet haben. Das liegt nach wie vor daran, dass sich der Programmkern der Sender, also die lokalen Nachrichtenprogramme, vielfach nicht durch lokale Werbevermarktung refinanzieren lässt und die Sender auf alternative Einnahmequellen angewiesen sind. Ohne ein zweites Standbein haben es die Sender jedoch schwer, in den lokalen Werbemärkten zu bestehen.

Die Lokal- und Ballungsraumsender finanzierten sich bei einem Gesamtumsatz von rund 92 Millionen Euro gut zur Hälfte aus Werbung und Sponsoring, wobei die regionale Werbung hier rund drei Viertel ausmacht. Lediglich 9 Prozent entfallen auf überregionale Werbung. Sponsoring spielt mit einem Anteil von 15 Prozent an den Werbeumsätzen eine immer wichtigere Rolle. Mit knapp 400.000 Euro Einnahmen aus Online-Werbung bleibt diese Erlösquelle eher marginal. Eine ebenfalls wichtige Rolle spielen hingegen Auftragsproduktionen in Form von Spot-, Industrie- und Imagefilmen. Bei den Lokalsendern tragen sie zu mehr als 22 Prozent zum Gesamtumsatz bei.

Nicht nur in Bayern, sondern deutschlandweit stellen nach wie vor Fördermaßnahmen mit rund 15 Prozent der Gesamterlöse, was knapp 14 Millionen Euro entspricht, eine nicht zu unterschätzende Ergänzung zu den Werbeeinnahmen dar. Die Landesmedienanstalten fördern beispielsweise vor allem Infrastrukturmaßnahmen, wie die kostspielige digitale Einspeisung in die Kabelnetze, da auf Grund der voranschreitenden Digitalisierung eine Simulcast-Ausstrahlung zunehmend notwendiger wird. Ende 2010 empfangen bereits 42,5 Prozent der Kabel-Haushalte ihr Programm digital. Die digitale Satellitenverbreitung wird im deutschlandweiten Vergleich bisher nur von den Ländern Bayern und Baden-Württemberg gefördert.

Bei den Kosten entfällt der Großteil erwartungsgemäß auf den Personalbereich. Mit über 49 Millionen Euro stellt dieser Posten mehr als die Hälfte der Gesamtaufwendungen dar.

Die wirtschaftliche Lage schätzen die Veranstalter regionaler TV-Angebote insgesamt deutlich negativer ein als die Gesamtheit der deutschen Privat-TV-Anbieter. Erschreckenderweise beurteilte kein Anbieter die Lage als sehr gut. Nur 2 Prozent ten-

dierten zur Note 2. 38 Prozent der Anbieter vergaben die Note 3, 21 Prozent die Note 4 und der absolute Großteil mit 39 Prozent schätzte die wirtschaftliche Lage als ungenügend ein.¹²⁷

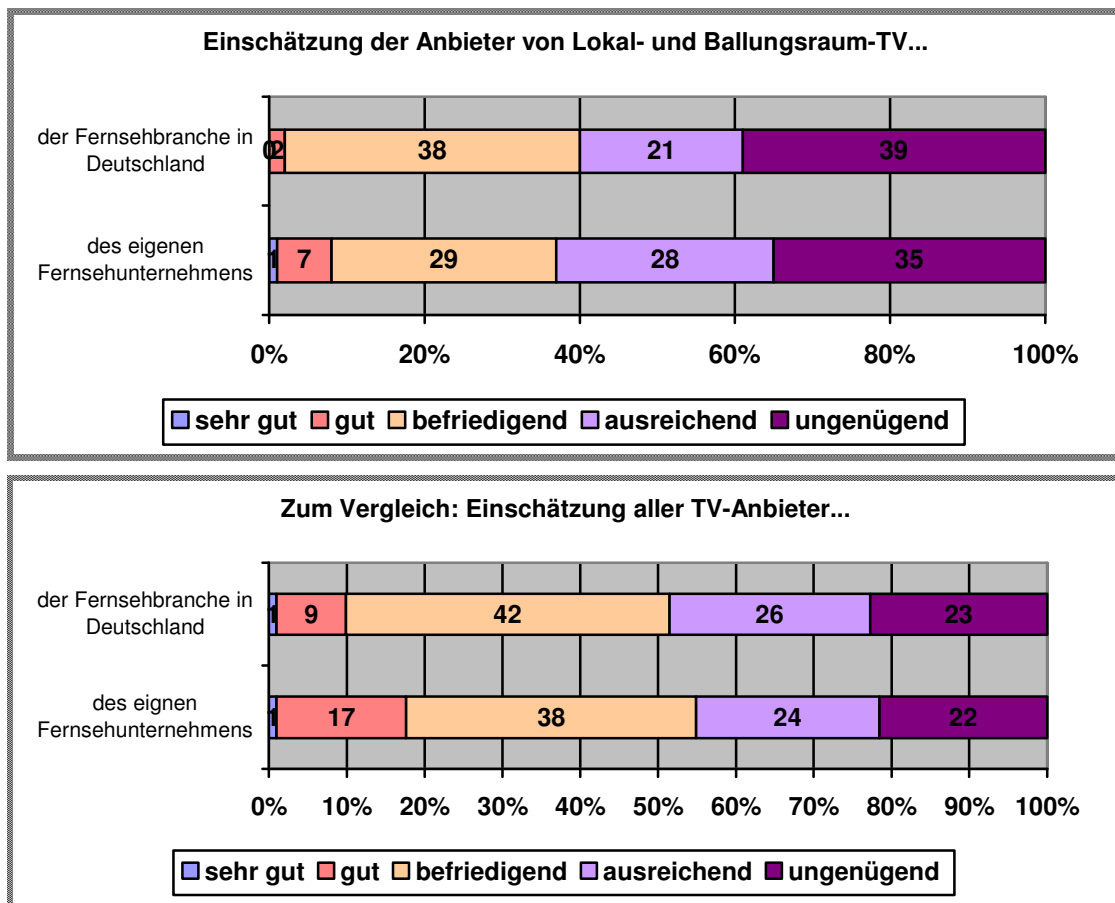


Abbildung 4: Beurteilung der wirtschaftlichen Lage aus Sicht der privaten Lokal- und Ballungsraum-TV-Anbieter 2011 in Prozent¹²⁸

Insgesamt wird in Bayern mit über 100 Programmen mehr als ein Drittel der TV-Programme in Deutschland produziert. Bei den Gesamterträgen konnte Bayern mit rund 5,2 Milliarden Euro, das entspricht 30,5 Prozent am deutschlandweiten Gesamtertrag von 17,2 Milliarden Euro, deshalb die absolute Spitzenposition einnehmen. Aufgeschlüsselt entfällt dabei die Summe von ca. 1 Milliarde Euro auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und ca. 4,1 Milliarden Euro auf das private Fernsehen.

¹²⁷Vgl. Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 131 ff., 191ff

¹²⁸Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 141

Im Jahr 2010 wurden demnach rund 52 Prozent der Erträge des privaten Rundfunks in Deutschland durch Bayern erwirtschaftet. 39 Prozent der Gesamtbeschäftigten im privaten Rundfunk arbeiteten bei einem bayerischen Hörfunk- oder Fernsehsender.¹²⁹

6.1.2 Bayernweiter Gesamtüberblick

Ende 2010 wurden in Bayern insgesamt 101 bundesweite und regionale private Fernsehangebote verbreitet. Dabei erzielten die privaten Fernsehanbieter einen Gesamtertrag von rund 4,18 Milliarden Euro bei Gesamtaufwendungen von 3,79 Milliarden Euro. Mit einem Kostendeckungsgrad von 109 Prozent arbeiteten die Sender somit durchschnittlich gewinnbringend, wobei die regionalen Anbieter davon ausgehen, dass ihre Kosten zukünftig stärker steigen werden als die Einnahmen.

Insgesamt waren Mitte 2011 ca. 7.777 Mitarbeiter bei privaten Fernsehanbietern in Bayern beschäftigt. Davon entfallen 796 Beschäftigte auf die regionalen Fernsehstationen.

Nur ein Viertel der Erträge des privaten Rundfunks konnte 2010 beispielsweise der Bayerische Rundfunk erzielen. Damit ist diese Relation zugunsten des Privatfunks in Bayern im deutschlandweiten Vergleich einzigartig.¹³⁰

¹²⁹Vgl. BLM: „Bayern bei privaten Rundfunkangeboten vor allen anderen Ländern – 52 Prozent der Erträge des privaten Rundfunks in Deutschland werden in Bayern erwirtschaftet“ v. 05.12.11.

URL:
http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1696 (Zugriff am 02.05.12 um 20:02 Uhr)

¹³⁰Vgl. Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 233 ff.

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	Veränderung 2000/2010
Anzahl							
Privates Fernsehen gesamt	45	47	43	56	76	101	56
Bundesweites Free-TV	8	10	10	10	15	19	11
Pay-TV*	6	8	11	15	34	53	47
Teleshopping	2	2	2	2	3	5	3
Landesweite TV-Fenster	3	3	3	2	2	2	-1
Lokal- und Ballungsraum-TV	26	26	19	20	16	16	-10
Lokales Sparten-TV**	0	0	0	9	6	6	6

* Darunter ein Anbieter mit 13 Programmen

** Bis 2004 nicht getrennt ausgewiesen

Quellen: 2000 – 2004: DLM-Studien; 2005/2006: TNS Infratest; 2007/2008: Goldmedia/TNS Infratest; 2009/2010: Goldmedia

Tabelle 2: Anzahl erfasster Programme privater Rundfunkanbieter in Bayern 2000 - 2011¹³¹

In Bayern besteht zusammen mit Baden-Württemberg und Sachsen die größte Dichte regionaler Fernsehangebote. Daher gilt der Freistaat als einer der wichtigsten Fernsehstandorte Deutschlands. Die in Bayern ansässigen privaten Fernsehunternehmen trugen im Jahr 2010 mit rund 54 Prozent also 4,07 Milliarden Euro zum Gesamtumsatz aller Privatsender in Deutschland bei. Dabei dominierten in der Ertragsstruktur die Erlöse aus der überregionalen Werbung mit knapp 1,9 Milliarden Euro, was mit 45 Prozent fast die Hälfte des Gesamtumsatzes bedeutet. Die Umsätze in der regionalen Spotvermarktung fielen dagegen mit 16,6 Millionen Euro, das entspricht 0,4 Prozent, vergleichsweise gering aus.

Auf der Kostenseite ergab sich bei den bundesweiten und regionalen TV-Anbietern eine Summe von 3,79 Milliarden Euro. Mit rund 422,1 Millionen Euro stellen die Personalkosten den zweitgrößten Posten hinter den sonstigen Sachkosten wie Lizenz-, Rechte- oder Mietkosten (72 Prozent, entspricht 2,73 Milliarden Euro) dar. An dritter Stelle stehen die Kosten für die Verbreitung der Programme mit 379,1 Millionen Euro, was ca. 10 Prozent entspricht. Die privaten Fernsehanbieter in Bayern wirtschafteten

¹³¹Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 234

2010 in Bayern mit einem Kostendeckungsgrad von 108 Prozent gewinnbringend, lagen aber deutlich unter dem bundesweiten Vergleich von 114 Prozent.¹³²

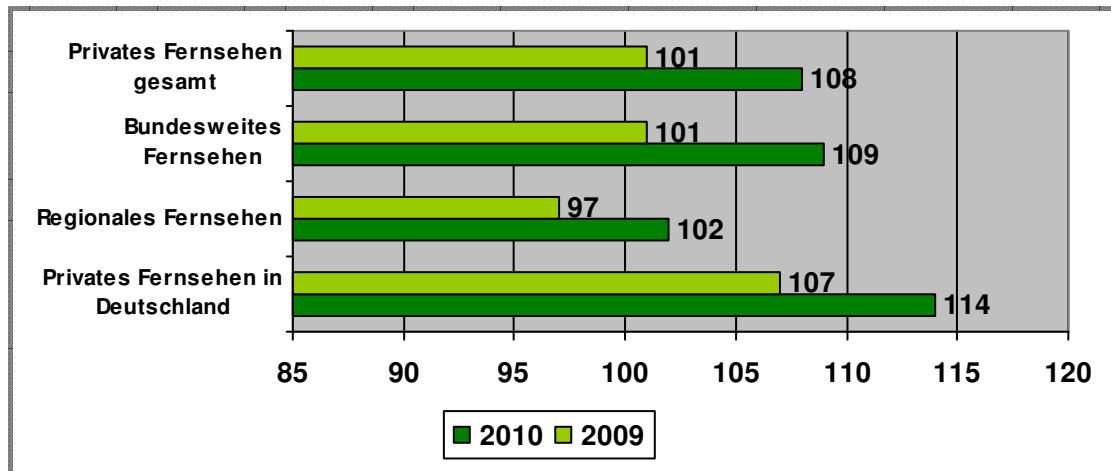


Abbildung 5: Kostendeckungsgrad im privaten Fernsehen in Bayern 2009/2010 in Prozent¹³³

Mit den Ballungsraumsendern und den Fensterprogrammen erwirtschafteten die Lokal- und Regionalsender 2010 in Bayern zusammen einen Gesamtumsatz von 45,5 Millionen Euro. Die lokale Werbung schlug dabei mit rund 22 Prozent zu Buche, was 10 Millionen Euro entspricht. Mit 10,3 Millionen Euro, also 23 Prozent, erreichten die Auftragsproduktionen einen noch höheren Anteil am Gesamtumsatz als die Werbung. Des Weiteren ergaben sich bedeutende Einnahmen aus der Spotproduktion mit 9 Prozent, aus Sponsoring mit 6 Prozent und aus sonstigen Umsätzen mit 7 Prozent. Fördergelder, die in die Produktionsförderung flossen, machten mit 4,5 Millionen Euro weitere 9 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme kamen dabei kumuliert mit 9 Prozent auf 4,1 Millionen Euro, ebenso wie die Verbreitungsförderung mit ebenfalls 4,1 Millionen Euro. Die BLM steuerte dabei noch rund 0,5 Millionen Euro zur Programmförderung bei, was sich in einem Erlösanteil von rund 1 Prozent am Gesamtumsatz der privaten Regionalsender niederschlug.

Demgegenüber stehen die Aufwendungen. Diese summierten sich bei den regionalen Fernsehunternehmen im Freistaat 2010 auf fast 44,7 Millionen Euro. Den größten Kostenblock stellten dabei die sonstigen Sachkosten mit rund 41 Prozent, also 18,2 Millionen Euro dar. Als zweitgrößte Kostenposition fielen danach mit 16,9 Millionen Euro Personalausgaben für festangestellte Mitarbeiter an, die mit rund 38 Prozent zu den

¹³²Vgl. Ebd., S. 234 ff.

¹³³Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 237, oben

Gesamtaufwendungen beitrugen. Bei den freien Mitarbeitern waren es 6 Prozent. Die geförderten Verbreitungskosten schlugen mit 9 Prozent zu Buche.

Daraus ergibt sich ein Kostendeckungsgrad von ca. 102 Prozent. Im Endeffekt konnten die regionalen Fernsehanbieter also gewinnbringend arbeiten, wobei zu beachten ist, ohne die Einnahmen aus Förderungsmitteln hätten die Veranstalter nicht kostendeckend wirtschaften können. Mit der Förderung aber konnten sie den Kostendeckungsgrad, der im deutschlandweiten Vergleich 2010 nur 99 Prozent betrug, jedoch übertreffen.¹³⁴

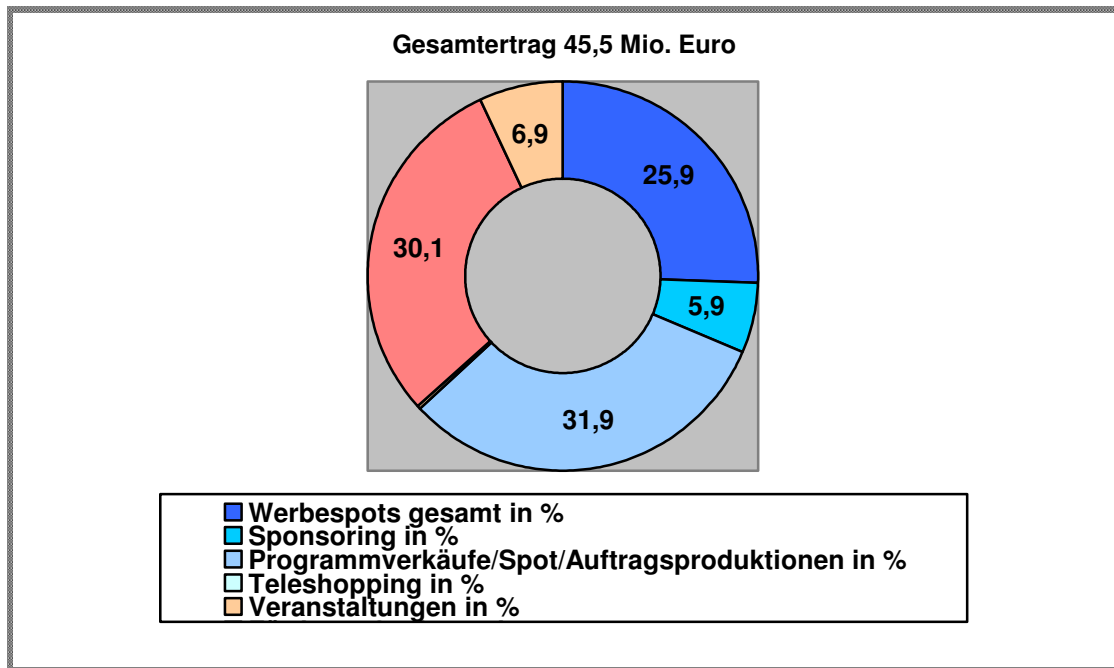


Abbildung 6: Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Gesamtertrag)¹³⁵

¹³⁴Vgl. Ebd., S. 241

¹³⁵Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 242, oben

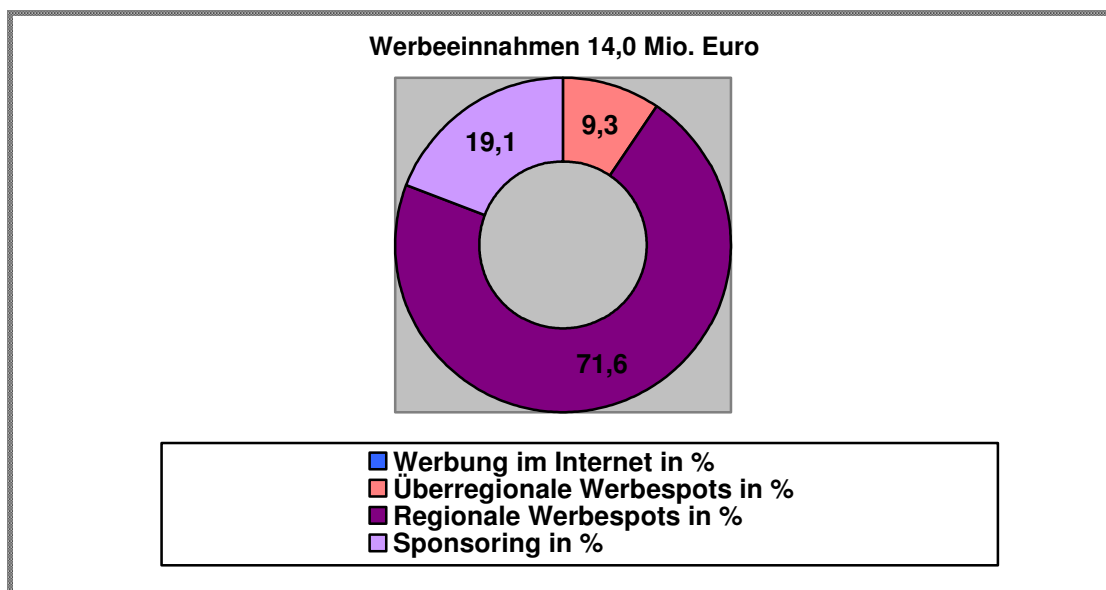


Abbildung 7: Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Werbeeinnahmen)¹³⁶

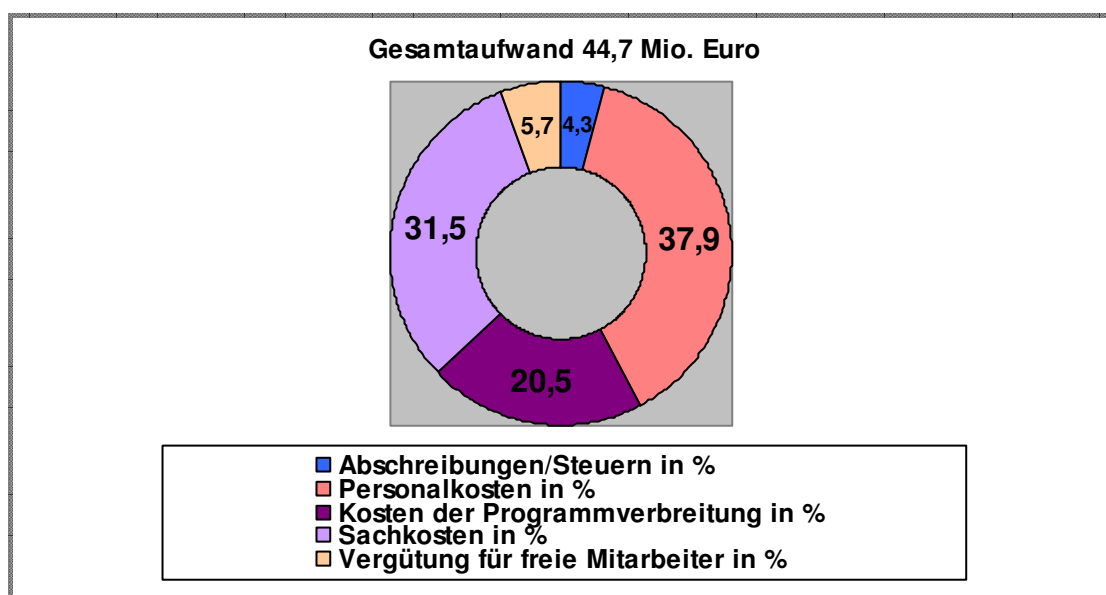


Abbildung 8: Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent (Gesamtaufwand)¹³⁷

Vermutlich auf Grund unsicherer wirtschaftlicher und rundfunkpolitischer Perspektiven nahm im Bereich des Regionalfernsehens die Beschäftigungszahl in den letzten Jah-

¹³⁶Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 242, Mitte

¹³⁷Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 242, unten

ren rapide ab. Wurden im Jahr 2009 insgesamt noch 826 Mitarbeiter beschäftigt, waren es 2010 schon 3,7 Prozent weniger, also nur noch 796 Festangestellte und Freie. Mitte 2011 führte ein neuerlicher Rückgang von 5,1 Prozent zu einem Personalabbau auf 756 Mitarbeiter. 2010 wurden vor allem Stellen bei den freien Mitarbeitern gestrichen. Hier sank die Zahl um 11 auf 121 Beschäftigte und der sonstigen Freien um 9 auf 32 Angestellte. Selbst Praktikantenstellen wurden mit minus 6 auf 91 Personen weniger gefragt. Die Zahl der Festangestellten stieg dagegen bei Vollzeitkräften auf 355 Mitarbeiter. Bei Teilzeitbeschäftigten konnte ein Zuwachs von 13 Mitarbeitern auf insgesamt 96 verzeichnet werden, während bei Azubis und Volontären wiederum ein Rückgang von 122 auf 101 Stellen festgestellt werden musste. Im bayerischen Regionalfernsehen lag der Frauenanteil insgesamt bei 30 Prozent.¹³⁸

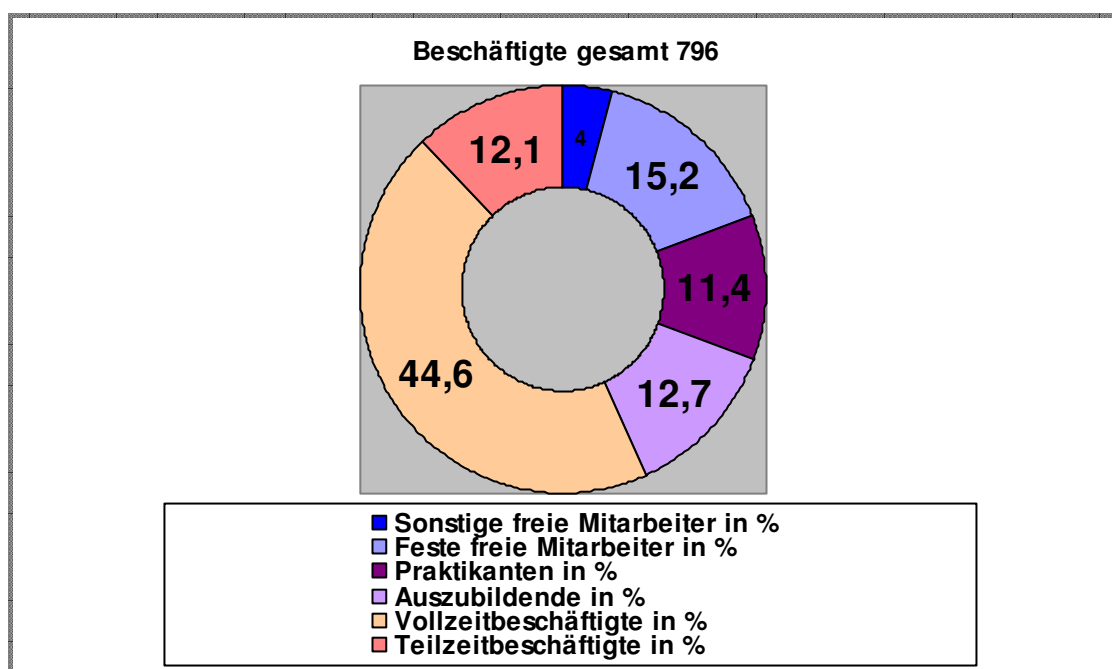


Abbildung 9: Beschäftigungsstruktur im regionalen privaten Fernsehen in Bayern 2010 in Prozent¹³⁹

Auch die regionalen TV-Anbieter in Bayern blicken eher pessimistisch in die Zukunft. Die wirtschaftliche Lage des eigenen Unternehmens beurteilt kein befragter Sender als sehr gut. Nur 23 Prozent empfinden die Lage als gut. Die überwiegende Mehrheit vergab mit 30 Prozent die Note 3. Kurz gefolgt von 26 Prozent der Anbieter, die ihre Lage

¹³⁸Vgl. Ebd., S. 243

¹³⁹Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 243

als ausreichend einschätzten. Einen großen Teil mit 21 Prozent der Anbieter bilden jedoch auch diejenigen, die ihre Lage sogar als ungenügend einstufen.¹⁴⁰

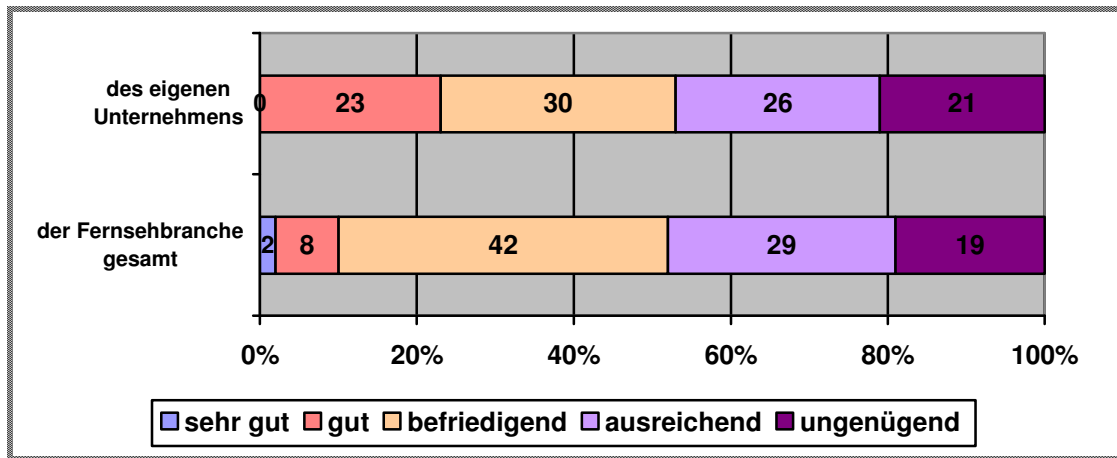


Abbildung 10: Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage im privaten Fernsehen 2011 aus Sicht der TV-Anbieter in Bayern in Prozent¹⁴¹

Während die bayerischen nationalen Privatsender insgesamt steigende Einnahmen, sinkende Kosten und infolgedessen einen besseren Kostendeckungsgrad erwarten, fällt die Einschätzung der Regionalsender nicht ganz so erfreulich aus. Im Jahr 2010 rechneten sie zukünftig mit einem Umsatzanstieg um ein Prozent auf 45,9 Millionen Euro. Allerdings prognostizierten sie dagegen weiter steigende Kosten um 0,7 Prozent auf insgesamt 45 Millionen Euro. Damit ließe sich aber immerhin noch ein positiver Kostendeckungsgrad halten.¹⁴²

¹⁴⁰Vgl. Ebd., S. 343 f.

¹⁴¹Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 244, oben

¹⁴²Vgl. Ebd., S. 244

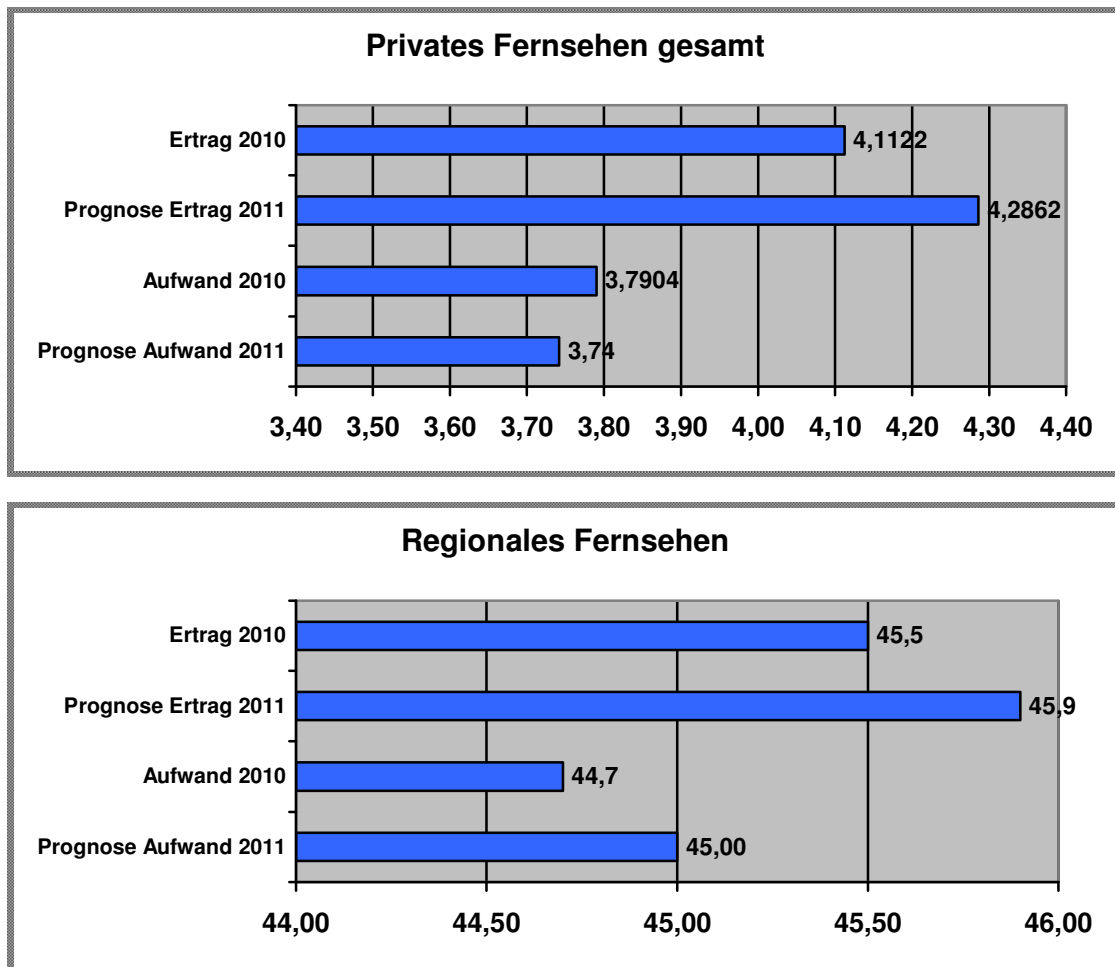


Abbildung 11: Wirtschaftliche Erwartungen für das Jahr 2011 aus Sicht der TV-Anbieter in Bayern in Mio. €¹⁴³

Im Bereich neuer Erlösquellen richten die privaten Anbieter allgemein den Blick auf die Digitalisierung. Mit Online-Werbung wollen sie bis 2015 rund 225,5 Millionen Euro einnehmen, was mehr als doppelt so viel wie in 2011 wäre. Auch mit Hinblick auf E-Commerce sind hohe Erwartungen verbunden. In 2015 soll hier ein Umsatz von rund 215 Millionen Euro generiert werden. Das wären satte 55 Prozent mehr als in 2011. Bei kostenpflichtigen Online-Angeboten wird bis 2015 mit Einnahmen von 78,4 Millionen Euro gerechnet, was mit einem Plus von 278 Prozent gegenüber 2011 korrespondieren würde. Ähnlich gestaltet sich das Bild bei der mobilen Online-Werbung. Prognosen zufolge könnten die Einnahmen hier bis 2015 auf 32,6 Millionen Euro ansteigen. Dies entspräche einer Verzehnfachung gegenüber dem Stand von 2010/2011.¹⁴⁴

¹⁴³Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 244, unten

¹⁴⁴Vgl. Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 245

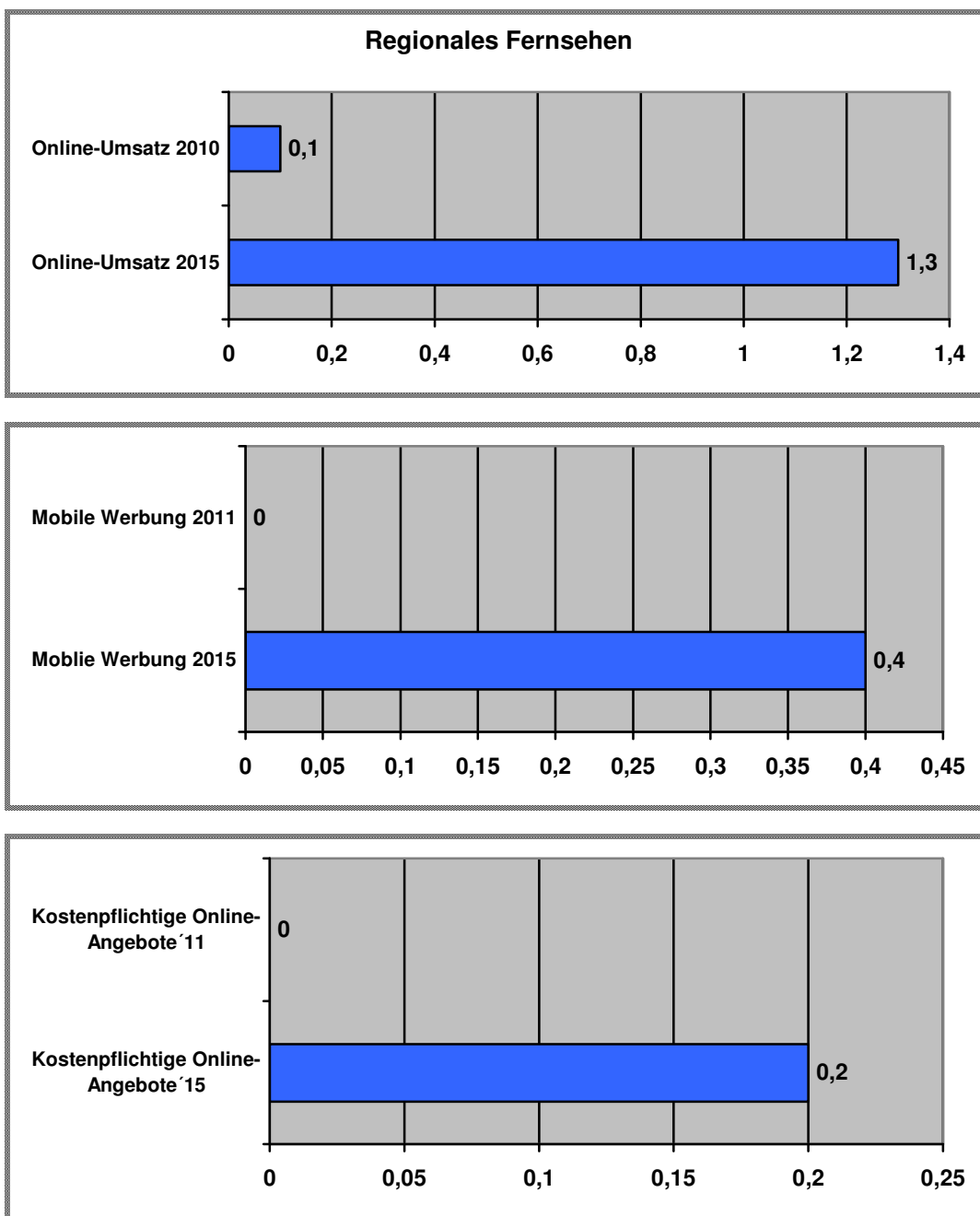


Abbildung 12: Umsatzerwartungen Onlinegeschäft für das Jahr 2015 aus Sicht der privaten TV-Anbieter in Bayern in Mio. €¹⁴⁵

¹⁴⁵Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 245

6.2 Bayerische Angebotsstruktur

Nach wie vor bildet das Fernsehen mit einer durchschnittlichen täglichen Nutzung von 220 Minuten das meistgenutzte Medium in Deutschland. 2010 vereinte der Freistaat Bayern mit 89 privaten Fernsehangeboten rund ein Drittel der in Deutschland ausgestrahlten privaten Fernsehangebote auf sich.

In Bayern werden neben acht bundesweiten und zwei landesweiten Angeboten 16 lokale Kabelfernsehprogramme verbreitet. Davon können zwei Anbieter, nämlich münchen.tv und Frankenfernsehen, auf Grund der Größe ihres Sendegebiets, ihrer technischen Reichweite und des Standorts als Ballungsraumsender bezeichnet werden.¹⁴⁶

Nach § 25 Abs. 4 RStV sind in die beiden reichweitenstärksten bundesweit verbreiteten Fernsehvollprogramme mindestens in zeitlich und regional differenziertem Umfang der Programmaktivitäten nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts Fensterprogramme zur aktuellen und authentischen Darstellung der Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens in dem jeweiligen Land aufzunehmen. Außerdem ist mit der Organisation der Fensterprogramme zugleich deren Finanzierung durch den Hauptprogrammveranstalter sicherzustellen und des Weiteren die Organisation der Fensterprogramme von den Landesmedienanstalten in zeitlicher und technischer Hinsicht unter Berücksichtigung der Interessen der betroffenen Veranstalter abzustimmen. Das heißt, die zwei größten Privatsender sind dazu verpflichtet, den lokalen und regionalen Programmanbietern ein Fenster zur Verbreitung deren Angebots zur Verfügung zu stellen.

Deutschlandweit gibt es zehn solcher TV-Fenster. Diese werden von RTL und Sat.1 im Kabel und via DVB-T in insgesamt acht Bundesländern ausgestrahlt und wirtschafteten im Ganzen in 2010 in der Gewinnzone. Mit Umsätzen von 60,6 Millionen Euro, denen Aufwendungen von 59 Millionen Euro gegenüberstanden, erreichten sie einen Kostendeckungsgrad von 102 Prozent. Diese landesweiten Anbieter sind vom Werbemarkt fast völlig unabhängig. Sie finanzieren sich in erster Linie durch festgesetzte Produktionsbudgets der Sender. Ihre Umsätze erzielen sie vor allem durch den Verkauf von Programm- und Auftragsproduktionen sowie Spotproduktionen. Dabei finden sich wirtschaftlich selbstständige Produzenten der Fernsehfenster nur in Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Alle diese Fenster unterliegen überdies in ihrem Handeln speziellen medienrechtlichen Anforderungen, die beispielsweise einen zeitlichen und inhaltlichen Rahmen vorgeben. Die in der Regel 30-minütigen Informati-

¹⁴⁶Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 22 f.

onsprogramme werden werktags zwischen 17:30 Uhr und 18:00 Uhr ausgestrahlt. Nach der Maßgabe des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV müssen die beiden bundesweit reichweitenstärksten Vollprogramme, in diesem Fall RTL und Sat.1, jährlich ein bestimmtes Produktionsbudget an die Lokal- und Regionalanbieter zahlen. Denn als Hauptprogrammveranstalter haben sie eben im Rahmen der Organisation der Fensterprogramme auch zugleich deren Finanzierung sicherzustellen. In 2010 erzielten die landesweiten Fenster durch Erlöse aus Programm- und Spotproduktion insgesamt einen Betrag von 52,7 Millionen Euro bzw. einen Anteil von 85,3 Prozent an ihrem Gesamtertrag. Zum Vergleich: In der Summe aller Lokal- und Ballungsraumprogramme lag dieser Anteil vergleichsweise nur bei 19,9 Prozent bzw. 5,9 Prozent. Deshalb mussten die landesweiten Fernsehanbieter im Gegenzug ihre Werbezeiten an die nationalen Veranstalter RTL und Sat.1 abgeben.

Den einzelnen Veranstaltern bietet sich zusätzlich die Möglichkeit, im Rahmen eigener Vermarktungsaktivitäten Werbeerlöse zu erwirtschaften. Mit einem Anteil von nur 1,8 Prozent der Gesamterträge, also 1,1 Millionen Euro, spielten diese allerdings keine große Rolle. Genauso wie die Erträge aus Fördermaßnahmen mit einem Anteil von 1,3 Prozent, entsprechend 0,8 Millionen Euro, eher marginal bleiben.¹⁴⁷

Bei den täglichen Fernsehfenstern von RTL und Sat.1 lässt sich zwischen lokalen und landesweiten Programmen unterscheiden. Während bei RTL von Montag bis Freitag das lokale Programm des jeweiligen Anbieters im Versorgungsgebiet läuft, bringt Sat.1 ein tagesaktuelles Magazin mit Themen aus ganz Bayern. Hier findet keine sendegebietsspezifische Anpassung statt. TV Bayern Live umfasst eine Zusammenstellung sämtlicher Beiträge der lokalen Anbieter.¹⁴⁸

¹⁴⁷Vgl. Birkel et al., Wirtschaftliche Lage, 2011, S. 121 ff. und vgl. Renner, Kai-Hinrich: „Explosive Mischung“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 22.11.06, S. 17

¹⁴⁸Vgl. BLM: „Landesweite TV-Programme“.

URL: http://www.blm.de/pub/radio_tv/tv_programme/bayernweit.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:10 Uhr).

Zur Entwicklung der Regionalfenster von RTL und Sat.1 von 2005 bis 2011 siehe auch „Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs“, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland „die medienanstalten“, erschienen im VISTAS Verlag GmbH.

Sendezeiten	RTL-Television	SAT.1
Mo – Fa: 17:30 – 18:00 Uhr		SAT.1 Bayern
Mo – Fr: 18:00 – 18:30 Uhr	Lokales Fenster	
Sa: 17:30 – 18:30 Uhr		SAT.1 Bayern
So: 17:45 – 18:45 Uhr	TV Bayern Live	

Tabelle 3: Landesweite TV-Programme¹⁴⁹

Das lokale Fenster bei RTL strahlen mittlerweile alle lokalen TV-Anbieter zusätzlich zu ihrem originären Programm über den eigenen lokalen Kabelkanal aus. Zu diesem Programmangebot kommen noch 9 Spartenprogramme hinzu. Sie bestehen aus sechs echten Special-Interest-Magazinen, die vorwiegend Beiträge aus den Bereichen Soziales und Kultur produzieren. Wie erwähnt, hat die BLM im Rahmen der Sendegebietsoptimierung Doppelgenehmigungen abgebaut, sodass pro Versorgungsgebiet nur noch ein Anbieter existierte, um die gegenseitige Konkurrenz, die bis dahin bestand, zu beseitigen. Drei Programme, die vorher als eigenständige kleine lokale TV-Programme lizenziert waren, zählen heute zu den Spartenprogrammen, die den größeren Anbietern eine bestimmte Anzahl von Beiträgen in Minuten zuliefern. Zwischen ihnen und den Programmanbietern bestehen Verträge, die den inhaltlichen und zeitlichen Umfang des zu liefernden Videomaterials genau festlegen. Auch diese werden von der BLM mit festgesetzten Beträgen gefördert. Die meisten dieser Spartensender nutzten früher schon zeit-partagiert die Kabelkanäle größerer Anbieter in deren Verbreitungsgebiet, als sie noch aktiv waren. Nur die Sender TV Freising im Bild und TV1 Schweinfurt produzierten damals schon ein eigenständiges lokales Kabelprogramm.

Früher existierten außerdem noch zwei sogenannte Informations- und Servicekanäle (ISK) in München mit CityInfo TV und in Nürnberg mit Franken Info TV. Diese sendeten überwiegend Wetter- und Verkehrsinformationen sowie Kino-, Restaurant- und Veranstaltungstipps im Split-Screen-Format. Der Nürnberger Sender musste allerdings eingestellt werden, weil nicht genügend Werbeeinnahmen generiert werden konnten, während der Münchner Kanal in münchen.tv aufging und jetzt unter münchen.2 firmiert. Momentan wird dort ein Best-of von münchen.tv gezeigt.¹⁵⁰

¹⁴⁹URL: http://www.blm.de/de/pub/radio_tv/tv_programme/bayernweit.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:10 Uhr)

¹⁵⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 17 ff.

Spartenprogramm	Anbieter	Ausstrahlung im Lokal-TV
Special-Interest-Magazine		
Abm Magazin Normal	Abm – Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V	Sonntags 11:30 – 11:45 Uhr und Wdh. Montags 9:00 – 09:15 Uhr auf münchen.tv 14-tägig freitags 20:15 – 20:30 Uhr auf intv
AFK TV	Afk Fernsehverein München e.V.	Sonntags 11:00 – 11:30 Uhr auf münchen.tv
Bildstörung	Medienwerkstatt Franken e.V.	Jeden ersten Freitag in Monat von 18:15 – 18:30 Uhr in der Nachrichtensendung von Franken TV / RTL Franken Life
Ensemble am Chiemsee	Ensemble am Chiemsee Programmanbietergesellschaft mbH	Sonntags 18:00 – 19:00 Uhr auf RFO
Flott TV – Das bunte Kulturschaufenster	Flott Film- und Fernsehproduktion	Jeden letzten Donnerstag 18:14 – 18:30 Uhr bei TV Augsburg
POINT UMWELT / POINT REPORTAGE NÜRNBERG	Medienpraxis Nürnberg e.V.	Jeden 1. Freitag im Monat um 18:00 Uhr auf RTL Franken Life TV
Ehemals eigenständige Lokal-TV-Angebote		
Freising im Bild	Freising im Bild Programmanbieter GmbH	Mittwochs von 17:30 – 18:00 Uhr auf münchen.tv
ISW Magazin	Inn-Salzach-Welle	Mo. – Fr. von 17:30 – 18:00 Uhr auf münchen.tv
TV1 Schweinfurt	TV1 Fernsehproduktion GmbH	Jeden Donnerstag 19:30 – 20:00 Uhr auf TV touring Schweinfurt

Quelle: BLM, Goldmedia Analyse

Tabelle 4: Lokale Sparten-TV-Anbieter in Bayern¹⁵¹

In der vorliegenden Arbeit sollen aber vor allem die 16 Lokal- und Ballungsraum-Sender thematisiert werden.

Wie gesagt, produzieren alle Sender ein 30-minütiges Nachrichtenprogramm, das von 18:00 Uhr bis 18:30 Uhr ausgestrahlt wird. Die meisten Lokal- und Regionalsender senden in der zweiten halben Stunde von 18:30 Uhr bis 19:00 Uhr auf dem eigenen Kabelkanal in der Regel ein bis zwei weitere Formate. Meist handelt es sich dabei um vorproduzierte Special-Interest-Magazine, Hintergrundberichte oder Talksendungen. Diese Programmstunde wird anschließend vielfach stündlich bis 24:00 Uhr und darüber hinaus wiederholt. Einige größere Anbieter sind bestrebt, durch eine Kombination aktueller Programmelemente und Wiederholungen ein abwechslungsreicheres Programm

¹⁵¹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 19

anzubieten und so eine Vergleichbarkeit mit den nationalen Vollprogrammen herzustellen. Dabei werden die Nachrichten weiterhin stündlich wiederholt und in der zweiten halben Stunde verschiedene Formate im Wechsel platziert.¹⁵²

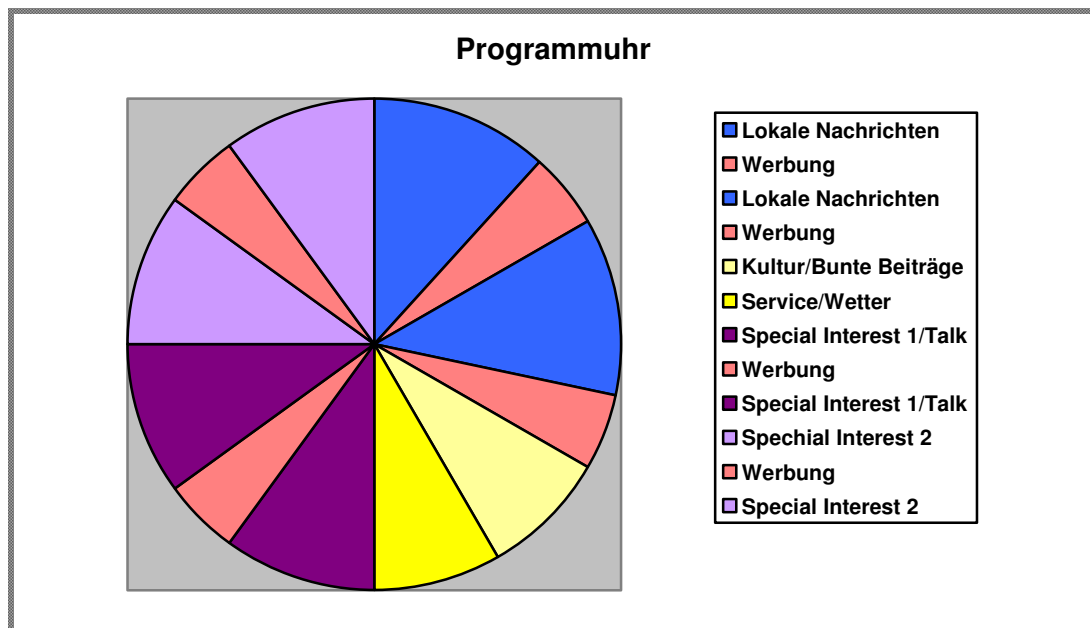


Abbildung 13: Lokal-TV-Programmuhr in Bayern 18:00 bis 19:00 Uhr¹⁵³

Die stündliche Wiederholung spielt dabei eine ganz wichtige Rolle, denn so ist es den Zuschauern möglich, das Programm fast jederzeit anzusehen. Dadurch, dass die Sendungen nicht an eine bestimmte Uhrzeit gebunden sind, muss das Programm nicht verpasst werden, sondern kann ganz einfach später nachgeschaut werden. Das hat vor allem auf die Zuschauerreichweiten erheblich positive Auswirkungen.

Die Ballungsraumsender hingegen bieten oft ein 24-Stunden-Programm an. Dabei gibt es nicht nur aktuelle Nachrichten, sondern auch Berichte, Reportagen, Studioproduktionen usw. Das restliche Programm wird meist durch Dauerwerbesendungen, Gewinnspiele etc. ergänzt.

¹⁵²Vgl. Ebd., S. 20

¹⁵³Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 20

Uhrzeit	Programminhalt
00:00	Nachtprogramm
06:00	Bloomberg
10:00	RTL Shop
14:00	Bloomberg
17:30	Special-Interest / Talk
18:00	Nachrichten
18:30	Special-Interest / Talk
18:45	Special-Interest / Talk
19:00	Nachrichten
19:30	Special-Interest / Talk
19:45	Special-Interest / Talk
20:00	Nachrichten
20:30	Special-Interest / Talk
20:45	Special-Interest / Talk
21:00	Nachrichten
21:30	Special-Interest / Talk
21:45	Special-Interest / Talk
22:00	Nachrichten
22:30	Special-Interest / Talk
22:45	Special-Interest / Talk
23:00	Nachrichten
23:30	Special-Interest / Talk
23:45	Special-Interest / Talk
00:00	Nachrichten

Quelle: Goldmedia Analyse

Tabelle 5: Typische Programmstruktur bayerischer Lokal-TV-Stationen¹⁵⁴

Die meisten Lokalsender produzieren für ihre 30-minütige Nachrichtensendung auf RTL drei bis vier Beiträge von ein bis drei Minuten Länge sowie drei bis fünf kürzere NIFs. Oft kommen auch weitere Kurznachrichten ohne Bewegtbild hinzu. Der inhaltliche Fokus ergibt sich dabei unter anderem aus den Vorgaben des BayMG bzw. der BLM bezüglich förderfähiger Programminhalte, also aller Programmbestandteile mit lokalem oder regionalem Ortsbezug, die den Bereichen Information und Kultur zugeordnet werden können. Außerdem konzentriert man sich auf die Informationsinteressen der Zuschauer, die jährlich im Rahmen der Funkanalyse abgefragt werden. Die Beiträge verdichten sich demnach auf die Bereiche Politik, Wirtschaft, Soziales, Kirche, Sport, Kultur wie Brauchtum, Theater und Musik sowie Unterhaltung in Form von bunten Beiträgen.

In Einzelfällen wird die Nachrichtensendung auf dem Kabelkanal um 15 Minuten verlängert, um eine weitere hochpreisige Werbeinsel vermarkten zu können. Einige wenige kleine Sender produzieren dagegen nur 15 Minuten Nachrichten. Die zweite

¹⁵⁴Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 21

Viertelstunde besteht dann meist aus einem Talk-Block zu aktuellen Themen. Eine Sportberichterstattung gibt es überwiegend in den Sendegebietten, wo Mannschaften in höheren Ligen spielen.

Die zweite halbe Stunde ist zusätzlich in zwei Viertel-Stunden-Blöcke aufgeteilt. Mindestens ein Block wird in der Regel selbst produziert und besteht aus Special-Interest-Formaten und Talksendungen aus den lokalen Bereichen Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesundheit. Der zweite 15-Minuten-Block beinhaltet teilweise gemeinschaftlich produzierte Formate oder Formate, die von anderen Lokalsendern übernommen worden sind.

Wie viel Programm die einzelnen Anbieter über die 30 Minuten im eigenen Kabelkanal und für RTL hinaus produzieren, hängt im Wesentlichen davon ab, wie viele Minuten sie gefördert bekommen. Die Programminhalte in der zweiten halben Stunde werden jedenfalls oft versponsert und enthalten Werbeinseln, die Werbekunden zu günstigeren Preisen angeboten werden können als Werbung in der Nachrichtensendung (siehe Abbildung Nr. 13 „Programmuhr“). Allerdings muss beachtet werden, dass diese zweite halbe Stunde beim überwiegenden Teil der Anbieter nur durch die Förderung refinanzierbar ist.¹⁵⁵

6.2.1 Übertragungswege

In der Studie: „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ von 2006 unterteilt die dafür verantwortlich zeichnende Goldmedia GmbH die Lokal- und Ballungsraumsender in 3 Kategorien, um im Rahmen der Analyse detaillierte Aussagen über den Zusammenhang zwischen technischer Reichweite und wirtschaftlicher Tragfähigkeit der Anbieter treffen zu können. Diese Unterteilung in Kategorien soll in dieser Arbeit übernommen werden.¹⁵⁶

¹⁵⁵Vgl. Ebd., S. 22 ff.

¹⁵⁶Vgl. Ebd., S. 18

Sender	Techn. Reichweite in Haushalten	Techn. Reichweite in Personen (Faktor 2,19)	
Tele Regional Passau	55.708	122.000	Kategorie 1 Sender bis 100 Tsd. Haushalte technische Reichweite
TV touring Aschaffenburg	60.274	132.000	
Regionalfernsehen Landshut	69.406	152.000	
TV touring Schweinfurt	94.521	207.000	
Donau TV	99.087	217.000	
Oberpfalz TV	121.461	266.000	Kategorie 2 Sender von 100 Tsd. bis 300 Tsd. Haushalte technische Reichweite
INTV	157.534	345.000	
TVA Ostbayern Regensburg	164.384	360.000	
TV Allgäu Nachrichten	170.776	374.000	
TV touring Würzburg	182.648	400.000	
Regionalfernsehen Oberbayern	215.068	471.000	
TV Augsburg	218.721	479.000	
Oberfranken TV	293.151	642.000	
RTL Franken Life TV	669.000	1.465.000	Kategorie 3 Sender über 300 Tsd. HH technische Reichweite
Franken TV	671.000	1.469.000	
RTL München Live münchen.tv	959.000 1.100.000	2.100.000 2.409.000	

Quelle: BLM, Goldmedia Analyse

Tabelle 6: Reichweiten der bayerischen Lokal-TV-Stationen¹⁵⁷

Obige Tabelle zeigt eine Übersicht der Sender auf dem Stand des Jahres 2006. Eine genaue Auflistung der aktuellen Sender, zusammengefasst in den Gruppen ihrer jeweiligen Senderkennungen, findet sich im Anlage Nr. 1.

Hier werden nur 15 Sender aufgezeigt, teilweise noch unter anderen Namen. Da die folgenden Zahlen aber Durchschnittswerte darstellen, können die Berechnungen von Goldmedia bedenkenlos als Grundlage herangezogen werden.

Die Einteilung in Kategorien erleichtert den Überblick. Immer wieder werden die Begriffe „lokal“ und „regional“ genannt. Spräche man von Fernsehen auf Regierungsbezirksebene, würde Regionalfernsehen gemeint sein. Aber auch im jetzigen System können einige Sender als Regionalsender auf Grund der Größe ihres Verbreitungsgebiets betitelt werden. Allerdings nicht zu verwechseln mit Ballungsraumsendern, die schlicht aus einem Großraum senden. OTV oder das Regionalfernsehen Oberbayern beispielsweise decken mehrere Landkreise in ihrem Sendegebiet ab und erlauben deswegen die Bezeichnung Regionalsender. Lokalsender hingegen bedienen meist nur einen Land-

¹⁵⁷Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 18

kreis. Grob gesagt, kann infolgedessen mit der Einteilung in die Kategorien 1, 2 und 3 auch eine Abgrenzung von Lokal-, Regional- und Ballungsraumsendern verstanden werden.

6.2.1.1. DVB-T & DSL

Neben anderen Übertragungswegen hat die Verbreitung via DVB-T seit der Abschaltung der analogen Antennenübertragung wieder an Bedeutung gewonnen. Lokales Fernsehen kann derzeit in den Kerngebieten München und Nürnberg über DVB-T empfangen werden.¹⁵⁸ Laut Aussage von Wolfgang Flieger empfangen schätzungsweise 3 bis 4 Prozent ihr Fernsehen ausschließlich über DVB-T. Jedoch ist dieser Übertragungsweg sehr teuer. Eine Einspeisung aller Lokalsender auf DVB-T schließt er deshalb vorerst aus. Allerdings betonte er auch, dass im Augenblick niemand genau sagen kann, wie die Zukunft von DVB-T aussehen wird. Hier müsse man zukünftige Entwicklungen abwarten.¹⁵⁹

Bricht man die Zahlen auf die jeweiligen Verbreitungsgebiete München und Nürnberg herunter, ergeben sich Nutzungswerte von 25 bis 30 Prozent. Im Stadtgebiet München empfangen beispielsweise 610.000 Haushalte, das entspricht 12,6 Prozent aller Fernsehhaushalte, ihr Programm ausschließlich über DVB-T. In Nürnberg liegt dieser Wert mit 7 Prozent knapp über der Hälfte. Das liegt aber vor allem an der nachweislich schlechteren technischen Versorgung. Außerdem machte RTL Ende Oktober 2010 von seinem Sonderkündigungsrecht bei einem Frequenzwechsel im Großraum Nürnberg Gebrauch. Der Wechsel wäre notwendig geworden, weil diese Kanäle zukünftig von Mobilfunkbetreibern für die Breitbandversorgung im ländlichen Raum genutzt werden sollen. Seitdem werden die Programme von RTL in Nürnberg nicht mehr über DVB-T ausgestrahlt. Momentan können bis zu 24 Programme über DVB-T empfangen werden. Im Vergleich zu anderen Übertragungswegen scheint dies den Zuschauern aber immer noch zu wenig zu sein. Das zeigt sich in der geringen gesamt-bayerischen Akzeptanz von nur 3,8 Prozent. Andererseits muss auch beachtet werden, dass zum Fernsehempfang via DVB-T vergleichsweise nur ein geringer Aufwand notwendig ist. Man braucht keine Satellitenschüssel oder einen teuren Kabelanschluss. In Ballungsräumen wie München reicht eine kleine Zimmerantenne und ein Receiver aus, um einfach und günstig Fernsehen empfangen zu können. Bei neueren Fernsehgeräten ist der Empfänger meist sogar schon eingebaut. Außerdem kann auch mit kleinen portablen Empfängern, wie Laptop, Mini-TV, Handy usw. mobil über DVB-T ferngesehen werden.

¹⁵⁸Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 22, 24

¹⁵⁹Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Dies eröffnet zukünftig vielleicht weitere Nutzungsmöglichkeiten.¹⁶⁰

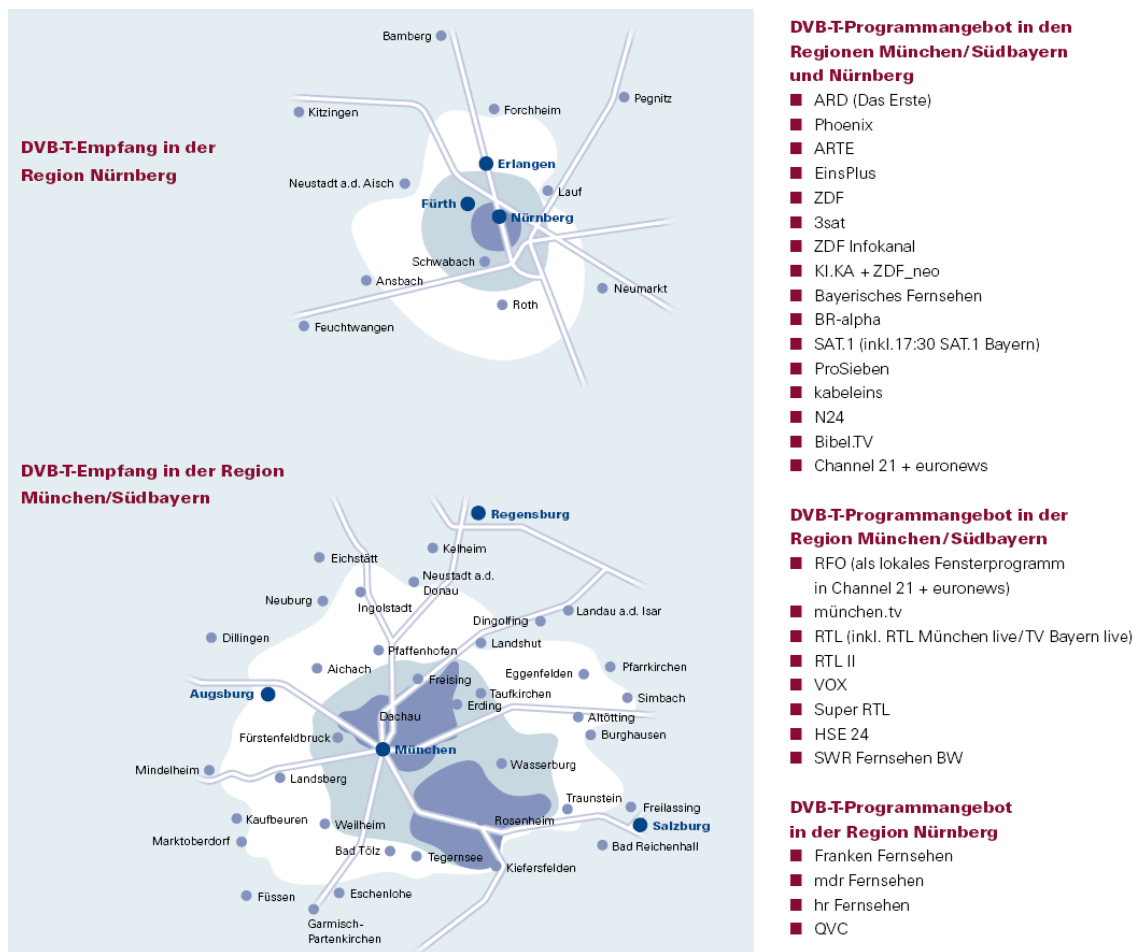


Abbildung 14: DVB-T Empfang in den Regionen München und Nürnberg¹⁶¹

In den dunkelblau gekennzeichneten Bereichen genügt für den reibungslosen DVB-T Empfang bereits eine kleine Zimmerantenne. Im mittelblauen Bereich ist der Empfang nur mit einer kleinen, außerhalb des Gebäudes angebrachten Antenne möglich. Im weißen Bereich ist eine Dachantenne als Voraussetzung den DVB-T Empfang nötig.¹⁶²

Die Übertragung via DSL hat momentan noch keine große Bedeutung. Nach Fliegers Einschätzung gibt es momentan etwa 1,5 Prozent der Haushalte, die Fernsehen ausschließlich über DSL empfangen. In nächster Zeit sei hier mit keiner großen Entwicklung zu rechnen, was vor allem an den bestehenden Kabelstrukturen liegt. In größeren

¹⁶⁰Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 24 f. und vgl. BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 37

¹⁶¹BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 25

¹⁶²Vgl. Ebd., S. 25

Mehrparteienhäusern wird der Kabelanschluss meist über die Mietnebenkosten mit abgerechnet. Wer trotzdem Fernsehen über Internet, also DSL, haben möchte, muss doppelt bezahlen - einerseits die Internetverbindung, andererseits den Kabelanschluss. Dieser kann überdies gar nicht so einfach gekündigt werden, weil die Gebühr auf alle Parteien im Haus umgelegt wird. Da alle relevanten Kanäle sowieso über das Kabel empfangbar sind, ergibt es auch keinen großen Sinn, zusätzlich zur bestehenden Struktur einen anderen Übertragungsweg einzurichten. Indem deutschlandweit das Kabelnetz sehr gut ausgebaut ist und die Kabelnetzbetreiber stetig in den Ausbau ihrer Netze investieren, sind anderen Übertragungswegen hier Grenzen gesetzt. Außerdem müssen die lokalen Fernsehanbieter die Verträge zur Einspeisung über DSL-Leitungen mit den verschiedenen Anbietern, wie Vodafone, O2 usw. selbst abschließen und bezahlen. Diese Kosten übernimmt die BLM nicht.¹⁶³ Die lokalen Sender, die über andere Verbreitungswege bereits eine adäquate technische Reichweite erreicht haben und finanziell nicht so gut aufgestellt sind, werden deshalb genau in ihre Überlegungen einbeziehen, ob sie in eine DSL-Einspeisung investieren. Das Gleiche gilt für DVB-T.

Die Verbreitung via DVB-T bezahlen die betroffenen Sender, also Franken Fernsehen, münchen.tv und RFO ebenfalls selbst. Weil die Übertragung, wie angekündigt, sehr hohe Kosten verursacht, konzentriert sich die BLM momentan vorrangig auf den Ausbau und die Vermarktung der Satellitenkanäle. Wenn dies jedoch abgeschlossen ist, widmet sie sich auch den Übertragungswegen DVB-T und DSL, so Flieger. Doch zunächst bleibt abzuwarten, wie sich diese Distributionswege entwickeln und welche Rolle sie in Zukunft spielen werden. Sollte sich hier ein großes Potenzial abzeichnen, sei die BLM bestrebt, auch in diesem Bereich verstärkt aktiv zu werden.¹⁶⁴

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der Ausbau der bestehenden reichweitenstärksten Übertragungswege wie über Kabel und Satellit zunächst als die sinnvollere Variante erscheint, weil DVB-T und DSL nur marginale Reichweitzugewinne erzielen können.


6.2.1.2. Satellit

Am 30.04.2012 fand die Abschaltung des analogen Satellitensignals statt. Seitdem werden die Satellitenkanäle ausschließlich digital übertragen. Doch auch zuvor war bereits jeder Lokalsender über Satellit empfangbar. Unter der Senderkennung „münchen.tv/RFO“ teilten sich diese Sender einen eigenen Satellitenkanal. Des Weiteren waren unter der Kennung „LOKAL SAT“ die Sender regio.tv, intv, TVA Nachrichten und

¹⁶³Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

¹⁶⁴Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

a.tv vereint. Unter der Senderkennung „Franken SAT“ teilten sich die Sender main.tv, TV touring Würzburg, tvo, TV touring Schweinfurt und Franken Fernsehen einen Satellitenkanal. Und zu guter Letzt hatten die Sender TVA, OTV, TRP1, RFL und donau TV unter der Kennung „ONTV“ zusammen einen Satellitenkanal. Seit dem 30.04.2012 haben die Sender Franken Fernsehen und a.tv jeweils einen eigenen Satellitenkanal. „münchen.tv/RFO“ besteht noch in der gleichen Konstellation, genauso wie „ONTV“ und „LOKAL SAT“.¹⁶⁵



		TV BAYERN				
17:30						
17:45		main.tv				
18:00						
18:15	TVA	TV touring	regioTV	münchen.tv		
18:30		Würzburg				
18:45						
19:00						
19:15	OTV	tvo	intv	rfo		
19:30	Oberpfalz TV					
19:45						
20:00						
20:15	TRP 1	TV touring			a.tv	FRANKEN FERNSEHEN
20:30		Schweinfurt				
20:45			TVA	münchen.tv		
21:00						
21:15	rfl	main.tv				
21:30						
21:45						
22:00						
22:15	donau TV		intv			
22:30			regioTV			
22:45		tvo				
23:00						
23:15	TRP 1		intv			
23:30			regioTV			
23:45						

Tabelle 7: Sendeschemata Satellitenkanäle der Lokal-TV-Sender seit 30.04.12¹⁶⁶

Aktuell besteht also nahezu eine Vollversorgung im digitalen Satelliten. Jeder, der über einen digitalen Satellitenempfänger verfügt, kann auch sein jeweiliges Lokalprogramm

¹⁶⁵Vgl. Ebd. und vgl. BLM: „Sendeschemata ab 30.04.2012“.

URL: www.blm.de/files/pdf1/sendeschemata_ab_30.04.12.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 15:37 Uhr)

¹⁶⁶URL: www.blm.de/files/pdf1/dvbs_sendeschemata_ab_30.04.12.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 15:37 Uhr)

empfangen. Ab dem 01.01.2013 soll dies aber noch deutlich umfangreicher werden. Natürlich immer unter der Maßgabe, dass der Landtag zustimmt, ist ab diesem Zeitpunkt eine Erweiterung von sechs auf zehn Satellitenkanäle für das lokale Fernsehen geplant. Wie die Verteilung der Sender auf die zehn Kanäle aussehen soll, steht allerdings noch nicht fest. Ein Konzept dazu sollte Anfang Juli 2012 im Fernsehausschuss¹⁶⁷ der BLM behandelt werden. Mitte Juli würden die Vorgaben des Fernsehausschusses dann im Medienrat diskutiert und ein Beschluss gefasst. Jedoch deutet laut Flieger mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit alles darauf hin, dass der Medienrat dem Votum des Fernsehausschusses folgen wird.

Zur Verteilung der Sender auf die zehn Satellitenkanäle liegt bereits eine Planung der BLM vor. Diese wurde an alle relevanten Verbände, wie VBL, VBRA usw. sowie alle lokalen Sender zu Stellungnahmen geschickt. Sobald diese bei der BLM eingetroffen sind, werden sie ausgewertet und an den Fernsehausschuss weitergeleitet.

Flieger betonte aber auch, dass die Erweiterung der Satellitenkapazität nicht ausschließlich dafür gedacht sei, das gleiche Programm über mehr Kanäle auszustrahlen. Dabei berief er sich auf die Aussage von BLM-Präsidenten Schneider, der mit der Ausweitung der Sendezeit über Satellit das Ziel verfolgt, die originären Sendezeiten auszuweiten, demnach die Sender mehr Programm produzieren sollen. Flieger geht davon aus, dass im Zusammenhang mit der Erweiterung der Satellitenkanäle auch bestimmte programmliche Anforderungen oder Konzepte an die Anbieter gestellt werden. Seiner Meinung nach wäre es naheliegend, dass die Sender verstärkt gemeinsam produzieren sollen, wie beispielsweise Magazine, die ganz Bayern betreffen und als direkte Konkurrenz zum BR verstanden werden können. Außerdem sind die Sender im Augenblick nicht gemeinsam im Landtag vertreten. Konkrete Überlegungen laufen daher in die Richtung, ein gemeinsames Sendestudio für die Lokalsender im Landtag einzurichten, um mit einer regelmäßigen Berichterstattung von dort dem BR Paroli bieten zu können. Dieses Feld sollte nämlich nicht ausschließlich anderen überlassen werden. Flieger prognostizierte, dass es hier jedenfalls konkrete Überlegungen gibt und schätzungsweise noch in diesem Jahr mit einer Entwicklung in dem Bereich zu rechnen ist.

¹⁶⁷Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Mündliche Mitteilung v. 17.07.12; Aktuelles Ergebnis des Fernsehausschusses zur Verteilung der bayerischen Lokalprogramme auf die ab 2013 geplanten 10 digitalen Satellitenkanäle:

münchen.tv = 24-Stunden-Kanal, Franken Fernsehen = 24 Stundenkanal, a.tv Augsburg = 24-Stunden-Kanal, tv touring Würzburg + tv touring Schweinfurt + main.tv Aschaffenburg = 24-Stunden-Kanal, Oberfranken TV = 24-Stunden-Kanal, TVA Regensburg + Oberpfalz TV = 24-Stunden-Kanal, Tele Regional Passau 1 + donau TV Deggendorf + Regionalfernsehen Landshut = 24-Stunden-Kanal, Regio TV Schwaben + TV Allgäu Nachrichten = 6-Stunden-Kanal, intv = 6-Stunden-Kanal, Regionalfernsehen Oberbayern = 6-Stunden-Kanal.

Die 6-Stunden-Programme werden schätzungsweise in der Zeit von 18:00 bis 24:00 Uhr ausgestrahlt. Die Umsetzung erfolgt nur unter der Maßgabe, dass der Landtag zustimmt.

Vor der Abschaltung des analogen Satellitensignals kostete die Verbreitung insgesamt pro Jahr rund 2,3 Millionen Euro. Davon bezahlte die BLM 2 Millionen Euro aus ihrem eigenen Haushalt. Die restlichen 300.000 Euro wurden auf alle lokalen Anbieter umgelegt, wobei münchen.tv davon alleine schon 200.000 Euro aufbrachte. Das heißt, die restlichen Lokalsender mussten sich nur noch die Summe von 100.000 Euro teilen. Wenn ab dem 01.01.2013 die geplanten zehn Satellitenkanäle eingerichtet sind, rechnet die BLM mit Kosten von rund 10 Millionen Euro insgesamt und pro Jahr. An diesen Kosten müssen sich die lokalen Fernsehanbieter aber dann nicht mehr beteiligen. Die BLM wird diese Summe höchstwahrscheinlich direkt an ASTRA abführen.

Außerdem erwartet die BLM durch die Verbreitung über zehn Satellitenkanäle eine erhebliche Reichweitensteigerung. Mitte bis Ende 2013 soll eine technische Reichweite von 95 Prozent im Kabel und Satellit erreicht werden. Die restlichen 5 Prozent stellen die DVB-T und DSL-Empfänger. Flieger schätzt diese Zahl als realistisch ein. Aktuell verzeichnen die lokalen Fernsehsender insgesamt ca. 830.000 Zuschauer täglich. Bei einer Reichweitensteigerung auf 95 Prozent rechnet die BLM dann mit einer Zuschauerzahl von 1,4 Millionen Menschen täglich.

Mit der Steigerung der Reichweite soll auch eine signifikante Erhöhung der Werbeeinnahmen einhergehen. Bisher generierten die Lokalsender insgesamt ca. 14 Millionen Euro pro Jahr aus Werbung. Ab 2013 schätzt die BLM, dass sich die Einnahmen um insgesamt 8 Millionen Euro pro Jahr erhöhen werden.

Bei einer Befragung der bayerischen Lokal-TV-Anbieter prognostizierten diese, vorausgesetzt jeder Lokalsender hätte seinen eigenen Satellitenkanal, dass die Reichweite dadurch lediglich um 16,43 Prozent und damit verbunden die Werbeeinnahmen um durchschnittlich 7,86 Prozent steigen würden. Wobei 28,57 Prozent der Befragten glauben, dass sich die Werbeeinnahmen nicht erhöhen würden, obwohl sie von einer Reichweitensteigerung überzeugt sind. Diejenigen Sender, die seit 30.04.12 einen eigenen Satellitenkanal haben, gaben an, dass sich ihre technische Reichweite durchschnittlich bereits um 30 Prozent erhöht hat und damit die Werbeeinnahmen bisher schon um durchschnittlich 5 Prozent gestiegen sind.¹⁶⁸

Die meisten Lokalsender sehen die Ausweitung der Satellitenkanäle jedoch eher pessimistisch. Bisher waren die Einnahmen aus Programmförderung und Förderung der technischen Infrastruktur korrespondierende Säulen. Ab 2013 sollen nur noch die Distributionskosten gefördert werden. Eine Programmförderung aus dem Staatshaushalt ist nicht vorgesehen. Die Programmförderung könnte zwar die BLM zukünftig aus ihrem

¹⁶⁸Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

eigenen Haushalt leisten, jedoch sind auch die Mittel der BLM begrenzt. Würde sie mehr Geld für die Programmförderung der lokalen Fernsehstationen ausgeben, fehlen diese Mittel an anderer Stelle. Diese Variante ist nicht durchführbar, da die BLM zur Erfüllung ihrer anderen Aufgaben gesetzlich verpflichtet ist. Die Lokal-TV-Anbieter fürchten deshalb, dass sie trotz mehrerer Satellitenkanäle und somit steigender Reichweite sowie Werbeeinnahmen summa summarum weniger Mittel zur Verfügung haben. Wie sich die Situation in Zukunft tatsächlich darstellen wird, bleibt abzuwarten.

Um die Satellitenverbreitung der Lokalsender jedenfalls im Augenblick besser bekannt zu machen, unternimmt die BLM selbst verschiedenste Maßnahmen, wie Werbung auf der eigenen Homepage, in Zeitschriften und Flyern. Flieger betont aber auch, dass hier die Anbieter selbst gefordert seien. Es läge in ihrem Verantwortungsbereich, ihr Programm zu bewerben und die Zuschauer über die verschiedenen Übertragungswege und Sendezeiten aufzuklären. Beispielsweise könnten die Anbieter während der Sendung Banner durch das Bild laufen lassen, die Informationen zu Übertragungswegen, Senderkennungen und Sendezeiten des eigenen Lokalprogramms enthalten. Ebenso wäre Werbung in Anzeigenblättern und der lokalen Zeitung wünschenswert. Des Weiteren gäbe es auch für sie die Möglichkeit der Werbung auf der eigenen Website, mit Flyern usw.

Als Beispiel dafür, wo diese Vermarktung ganz gut funktioniert, nannte Flieger Oberfranken. Dort wird versucht, über verschiedene Kanäle eine Identifikation des Bürgers mit der Region zu erreichen. Dabei profitieren alle lokalen Medien, weil sich die Bürger auf sie beziehen, um informiert zu werden. Kooperationsgemeinschaften dieser Art mit einer sogenannten Win-win-Situation sind deshalb nur zu empfehlen.

Flieger bedauerte, dass eine derartige Vorgehensweise in vielen anderen Bereichen stark zu wünschen übrig lässt. Die BLM versuche natürlich, im Rahmen ihrer Möglichkeiten, die Lokalsender zu unterstützen, aber eigentlich sei das ihre Aufgabe. Hier bestehe auf jeden Fall noch großer Handlungsbedarf.

Die ungenügende Eigenvermarktung der Sender bedingt auch ein weiteres Problem. Aktuell bestehen nämlich, wie bereits erwähnt, unterschiedliche Senderkennungen. Es ist davon auszugehen, dass nicht alle Zuschauer unbedingt wissen, dass sich beispielsweise hinter „ONTV“ die Lokalprogramme von Oberfranken und Niederbayern verbergen, wenn sie durch das Programm zappen. Eben das müsste nach Fliegers Ansicht von den Anbietern auch besser beworben werden. Doch vielleicht kann hier Abhilfe geschaffen werden. Ab 2013 ist geplant, dass alle Lokalprogramme auf dem Kanal 99 zu finden sind. Senderkennungen, wie „ONTV“, „LokalSat“ und „FrankenSat“ wird es dann nicht mehr geben. Die Medientechnik, eine Tochter der BLM, hat bereits ein Konzept entwickelt, wie dies realisiert werden soll. Wenn der Zuschauer in Zukunft auf Kanal 99 schaltet, soll er anhand einer Bayernkarte seine jeweilige Region anklicken können und direkt zum gewünschten Lokalprogramm kommen. Via HbbTV (auf

das in Kapitel 7 noch genauer eingegangen wird) soll dieses Konzept ab 2013 verwirklicht werden. So könnte diese Maske dann aussehen:



Abbildung 15: HbbTV-Portal für Lokal-TV¹⁶⁹

Dadurch soll sich der Zuschauer in Zukunft besser zurechtfinden.

Die BLM arbeitet außerdem bereits daran, so eine Maske auch ins digitale Kabel einzubinden. Aller Voraussicht nach soll das noch Ende 2012 umgesetzt werden.¹⁷⁰

Alle bayerischen Lokalprogramme können mit einem digitalen Satellitenreceiver empfangen werden, da die Ausstrahlung unverschlüsselt erfolgt. Die TV-Programme werden dazu über regionale Multiplex-Zentren nach München zum Uplink von ASTRA geführt. Durch die grundsätzlich europaweite Empfangbarkeit ergibt sich die kostengünstige Verfügbarkeit dieser Programmsignale an den Einspeisestellen kleinerer Kabelnetze. Diese wären für Lokalfernsehen anders nicht erreichbar, da die Leitungskosten eine wirtschaftlich sinnvolle Erschließung unmöglich machen würden. Hierdurch können Leitungskosten in Höhe von rund 1 Million Euro gespart werden.¹⁷¹

¹⁶⁹Müller, Reiner: „Potenziale von Smart-TV für lokales Fernsehen. HbbTV für Lokal-TV“, v. 25.04.12, S. 20.

URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 20.06.12 um 12:51 Uhr)

¹⁷⁰Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview vom 12.06.12

¹⁷¹Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 26 und vgl. BLM, Geschäftsbericht, 2010 S. 45



Abbildung 16: Karte der Lokal-TV-Programme über digitalen Satellit¹⁷²

Auf dieser Abbildung sind zwar noch die Satellitenbelegungen zum Zeitpunkt vor der analogen Abschaltung dargestellt. Der Weg des Signals vom Studio bis zum Play-Out-Center ist aber noch immer derselbe.

6.2.1.3. Kabel

Aktuell werden alle 16 Lokal- und Ballungsraumsender analog und seit 2008 auch digital ins Kabelnetz eingespeist. Laut Wolfgang Flieger wird die Kabel Deutschland schon Ende dieses Jahres beginnen, auch die lokalen Fenster bei RTL digital einzuspeisen. Schätzungsweise wird das ein Prozess zwischen einem halben und dreiviertel Jahr Dauer sein.¹⁷³ Wichtig ist dabei vor allem, dass die Digitalisierung im Kabel eine Rückkanalfähigkeit, also eine bidirektionale Übertragung gewährleistet. Das ist die Voraus-

¹⁷²BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 27

¹⁷³Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

setzung für die Einführung von Multimediasdiensten, wie oben abgebildete Maske zeigt.¹⁷⁴

Im Moment werden etwa 40 Prozent der Zuschauer über das digitale Kabel erreicht. Auch hier geht der Weg hin zu einer vollkommenen Digitalisierung. Nach Fliegers Einschätzung wird voraussichtlich zwischen 2015 und 2018 die analoge Übertragung komplett eingestellt. Bis dahin werden die Lokalprogramme nach wie vor simultan, also analog und digital übertragen. Allerdings muss man auch bedenken, dass die großen Privaten eine ausschließliche Übertragung über das digitale Kabel so lange wie möglich hinauszögern wollen, weil es dann statt bisher ca. 30 Sender (analog) plötzlich 100 Sender oder mehr gibt, die in direkter Konkurrenz zu ihnen stehen und gegen die sie sich dann durchsetzen müssen, so Flieger weiter.

Die privaten Sender haben schon öfter verlauten lassen, dass sie ihre Programme über das digitale Kabel verschlüsseln wollen. Besonders bei der reibungslosen Ausstrahlung des RTL-Fensters könnte das ein Problem werden. Flieger rechnet aber im Augenblick nicht mit einer Verschlüsselung, obwohl es schon oft Diskussionen darüber gegeben hätte, ernsthafte Pläne dagegen nie. Sicherlich ließen sich durch eine Verschlüsselung zusätzlich Euros verdienen. In absehbarer Zukunft sei aber nicht damit zu rechnen.¹⁷⁵

Derzeit werden noch zahlreiche Heranführungsleitungen zu den Kabelkopfstationen eingesetzt. Doch wird es im Zuge von Infrastrukturänderungen bei der Kabel Deutschland zu einer Konsolidierung der technischen Reichweite für die lokalen Fernsehprogramme kommen. Für die Zuführung der Programme zu den Kabelkopfstationen sind Alternativen, wie beispielsweise IP-Leitungen geplant.

Neben dem klassischen Breitbandkabel hat sich ein weiteres drahtgebundenes Verteilnetz für Radio- und Fernsehprogramme entwickelt - das bereits angesprochene und als Kabelnetz zu betrachtende DSL-Netz, das sich der für die Internetnutzung beim Verbraucher eingerichteten Infrastruktur bedient. Mit Internet-TV bzw. Web-TV hat es allerdings nichts gemein. Anbieter für dieses Verteilnetz sind aktuell in Deutschland die Unternehmen Alice, T-Home und Vodafone. Zum Empfang ist eine IP-fähige Set-Top-Box notwendig.¹⁷⁶

¹⁷⁴Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 28

¹⁷⁵Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

und vgl. Renner, Kai-Hinrich: „Explosive Mischung“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 22.11.06, S. 17

¹⁷⁶Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 28

Die regionalen Fensterprogramme werden bisher über das analoge Breitbandkabelnetz verbreitet und in den Regionen München sowie Nürnberg darüber hinaus auch via DVB-T (allerdings derzeit nur das landesweite Fensterprogramm Sat.1 Bayern). Seit April 2009 erfolgt die Kabeleinspeisung der bayernweiten Fernsehfenster in die Programme von RTL und Sat.1 über eine digitale Schaltung in den Empfängern an den Kabelkopfstationen, wo die digitalen Schaltimpulse ausgewertet werden. Damit geht

120

die Umschaltung zwischen Mantel- und Fensterprogramm automatisch vonstatten und die Fensterprogramme lassen sich auch digital via ASTRA direkt empfangen.¹⁷⁸



Abbildung 18: Karte der bayerischen Fernsehfensterprogramme¹⁷⁹

6.2.2 Reichweiten und Marktanteile

Fernsehen ist nach wie vor das meistgenutzte Medium in Deutschland. Die AGF¹⁸⁰ ermittelte, dass die Deutschen im Jahr 2011 durchschnittlich 3 Stunden und 45 Minuten täglich vor dem Fernseher saßen. Bislang stellt dies den absoluten Rekordwert dar.¹⁸¹

¹⁷⁸Vg. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 30

¹⁷⁹BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 30

Auf der Homepage der AGF können täglich die Daten zur aktuellen Fernsehnutzung in Minuten abgerufen werden. Hier ein Beispiel von Montag, dem 18.06.12:

Seh- und Verweildauer in Minuten vom 18.06.2012		
Zielgruppen:	Sehdauer. Min.	Verweildauer Min.
Zuschauer gesamt	195	281
Kinder 3-13 Jahre	64	125
Erwachsene ab 14 Jahre	209	293
Erwachsene 14-29 Jahre	120	237
Erwachsene 14-39 Jahre	144	246
Erwachsene 14-49 Jahre	166	256
Erwachsene 14-59 Jahre	180	269
Erwachsene 14-69 Jahre	195	282

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), BRD Gesamt, 3:00 bis 3:00 Uhr, vorläufig gewichtet

Tabelle 8: TV-Daten-Fernsehnutzung¹⁸²

Die Funkanalyse Bayern liefert hingegen spezielle Daten zu Reichweiten und Marktanteilen für den lokalen Rundfunk. Seit 1989 wird sie jährlich im Auftrag der BLM und der privaten Rundfunkanbieter in Bayern durchgeführt. Sie informiert ergänzend zur „Media Analyse / ma Radio“ über Reichweitendaten für die bayerischen Hörfunk- und Lokalfernsehprogramme.¹⁸³ Das Auswahlverfahren beruht dabei auf einer geschichteten, einstufigen, ungeklumpten Randomstichprobe auf Basis des ADM-Telefonstichprobensystems. Dabei wurden getrennte Stichproben für Hörfunk und Fernsehen durchgeführt. Die Erhebungsmethode ist telefonisch-computergestützt und nennt sich CATI. Wie in jedem Jahr wurden deutschsprachige Personen, also Deutsche und Ausländer, die ausreichend Deutsch sprechen und in Privathaushalten in Bayern bzw. angrenzenden Empfangsgebieten lokaler Hörfunk- und Fernsehprogramme wohnen, befragt. Der Erhebungszeitraum für den Untersuchungsgegenstand Fernsehen ist aufgeteilt in eine Basis- und eine Nachbefragung. Erstere fand 2011 vom 24.01. bis zum 10.04. statt, letztere vom 31.01. bis zum 20.05.11. Die Funkanalyse erscheint meist Ende Juli. Für diese Arbeit muss deshalb die Auswertung von 2011 herangezogen werden. Innerhalb der Basisbefragung wurden Interviews mit 14.640 Personen ab 14 Jahren in Bayern durchgeführt. Bei der Nachbefragung waren es noch einmal 6.323 Personen ab 14 Jahren. Bei der Hochrechnung dieser Stichproben ergibt

¹⁸⁰Das AGF/GfK Fernsehpanel umfasst 5.100 täglich berichtende Haushalte (Berichtsbasis Fernsehpanel D + EU), in denen fast 11.500 Personen leben. Damit wird die Fernsehnutzung von 71,94 Millionen Personen ab 3 Jahren bzw. 36,04 Millionen Fernsehhaushalten abgebildet (Stand: 01.01.12)

¹⁸¹Vgl. VPRT: „TV-Sehdauer 2011 auf neuem Rekordhoch“.

URL: <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/marktdaten/mediennutzung/tv-nutzung/content/tv-sehdauer-2011-auf-neuem-rekord?c=2> (Zugriff am 02.05.12 um 22:33 Uhr)

¹⁸²URL: <http://www.agf.de/daten/> (Zugriff am 18.06.12)

¹⁸³Vgl. BLM: „Funkanalyse Bayern“. URL: <http://funkanalyse.tns-infratest.com/> (Zugriff am 20.06.12 um 11:06 Uhr)

sich die Zahl von 10,630 Millionen Menschen ab 14 Jahre und älter, für die die Ergebnisse der Funkanalyse repräsentativ Geltung haben.¹⁸⁴ Das vornehmliche Ziel der Funkanalyse besteht darin, die regionalen und lokalen privaten Rundfunkprogramme in Bayern mit aktuellen Reichweitendaten für die Vermarktung zu versorgen.¹⁸⁵

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2011 bezüglich der vorangegangenen Punkte dargestellt.

Im Jahr 2011 nutzten 41,2 Prozent der Bevölkerung in Bayern ab 14 Jahren in TV-Haushalten zum Fernsehempfang das Kabel (analog und digital), 53,4 Prozent den Satelliten (analog und digital), 3,9 Prozent ausschließlich DVB-T¹⁸⁶ und 1,5 Prozent TV über DSL.

Insgesamt empfangen 6,883 Millionen Menschen ab 14 Jahren in Bayern ihr Programm ausschließlich digital. Davon nutzten bereits 2011, also noch vor der Abschaltung des analogen Satellitensignals 4,444 Millionen Menschen digitalen Satellitenempfang. Beim digitalen Kabel waren es 1,524 Millionen Menschen, bei DVB-T 2,108 Millionen und bei TV über DSL 0,208 Millionen Personen.

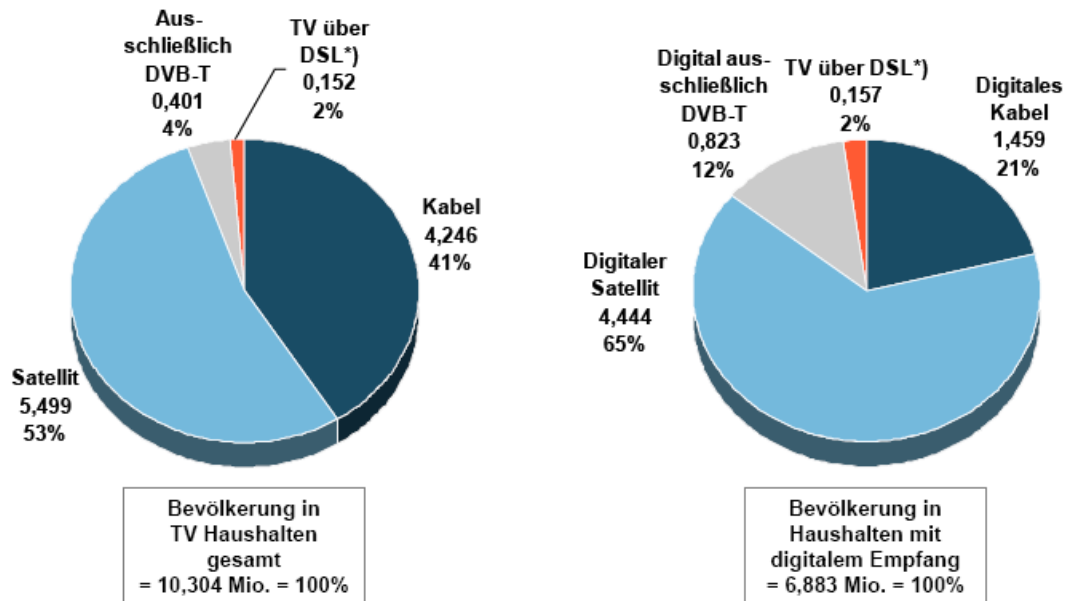
Hier der Vergleich zwischen den TV- Empfangsbedingungen bei den TV-Haushalten gesamt und den digitalen Haushalten in 2011 in der Bevölkerung ab 14 Jahren¹⁸⁷:

¹⁸⁴Vgl. TNS, Funkanalyse, 2011, S. 7 f.

¹⁸⁵Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 26

¹⁸⁶Seit 2006 war die terrestrische Übertragung analog und digital, seit 2009 nur noch digital.

¹⁸⁷Vgl. TNS, Funkanalyse, 2011, S. 14 ff.



*) und nicht Satellit oder Kabel

Abbildung 19: TV Empfangsbedingungen TV Haushalte gesamt vs. Digitale Haushalte 2011
 Bevölkerung ab 14 Jahre in TV Haushalten¹⁸⁸

Der Digitalisierungsgrad lag demnach 2011 in den TV Haushalten gesamt bei 66,8 Prozent, speziell beim Satelliten waren es 80,7 Prozent und beim Kabel 34,4 Prozent. Erstaunlicherweise wussten ausgehend von einer Bevölkerung von 1,671 Millionen Menschen in analogen Satellitenhaushalten ganze 45 Prozent nichts von der Analogabschaltung des Satelliten am 30.04.12. Von den übrigen 55 Prozent, denen die Abschaltung bekannt war, gaben 64 Prozent an, dass sie nach der Abschaltung auf den digitalen Satelliten wechseln werden. DVB-T mit 5 Prozent, IPTV mit 4 Prozent und erstaunlicherweise das Kabel mit nur 2 Prozent fielen dagegen eher marginal aus. 26 Prozent wussten noch nicht, auf welchen Übertragungsweg sie umsteigen werden.¹⁸⁹ Bereits vor der Abschaltung des analogen Satellitensignals ist also deutlich geworden, welche große Bedeutung schon damals der digitale Satellitenempfang gewonnen hat. Fliegers Einschätzung, dass gegen Ende des Jahres 2013 eine Reichweite von 100 Prozent erreicht werden soll, scheint deshalb gar nicht so abwegig. In 2011 empfangen 74,1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in TV Haushalten in Bayern Lokalprogramme, was einer Zahl von 7,283 Millionen Menschen entspricht. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um 3,1 Prozent.

¹⁸⁸TNS, Funkanalyse, 2011, S. 17

¹⁸⁹Vgl. Ebd., S. 18 f.

Von diesen 74,1 Prozent empfangen 56 Prozent (4,249 Millionen Menschen) mindestens ein bayerisches Lokalprogramm über Kabel, 39 Prozent (2,988 Millionen Menschen) über DVB-S und 5 Prozent (0,394 Millionen Menschen) über DVB-T.

Das RTL-Fenster empfangen bei einem Empfangspotenzial von 4,148 Millionen Menschen in RTL-Fensterhaushalten gesamt, 3,919 Millionen Menschen via Kabel und 0,229 Millionen Menschen über DVB-T.¹⁹⁰ Mit knapp 94,5 Prozent macht das Empfangspotenzial beim Kabel einen großen Stellenwert aus. Die von Flieger angesprochene Digitalisierung des RTL-Fensters im Kabel noch Ende dieses Jahres erscheint deshalb immens wichtig.

Zum Vergleich: Das Empfangspotenzial der ARD in Bayern (Spitzenreiter bei den öffentlich-rechtlichen Sendern) lag 2010 bei 5,2 Millionen Menschen, beim BR (Spitzenreiter bei den Dritten Programmen) bei 5,13 Millionen Menschen bzw. 98,6 Prozent und bei RTL (Spitzenreiter bei den bundesweit verbreiteten Privatprogrammen) bei 5,12 Millionen Menschen, was 98,4 Prozent entspricht.¹⁹¹

Betrachtet man die Marktanteile der Lokalprogramme von Montag bis Freitag von 18:00 bis 18:30 im RTL-Fenster, stellt sich heraus, dass diese im Durchschnitt mit 15,6 Prozent noch vor ZDF, BR, ProSieben, ARD, Sat.1, VOX, RTL II, Kabel eins und Super RTL liegen. Dies belegt ganz deutlich die Bedeutung der bayerischen Lokalprogramme.¹⁹²

¹⁹⁰Vgl. Ebd., S. 20 ff.

¹⁹¹Vgl. BR: „Empfangspotenziale der Fernsehprogramme in Bayern und Deutschland 2010“.

URL: <http://www.br-onlie.de/br-intern/medienforschung/fernsehnutzung/empfang/> (Zugriff am 21.05.12 um 17:49 Uhr)

¹⁹²Vgl. Ebd., S. 23

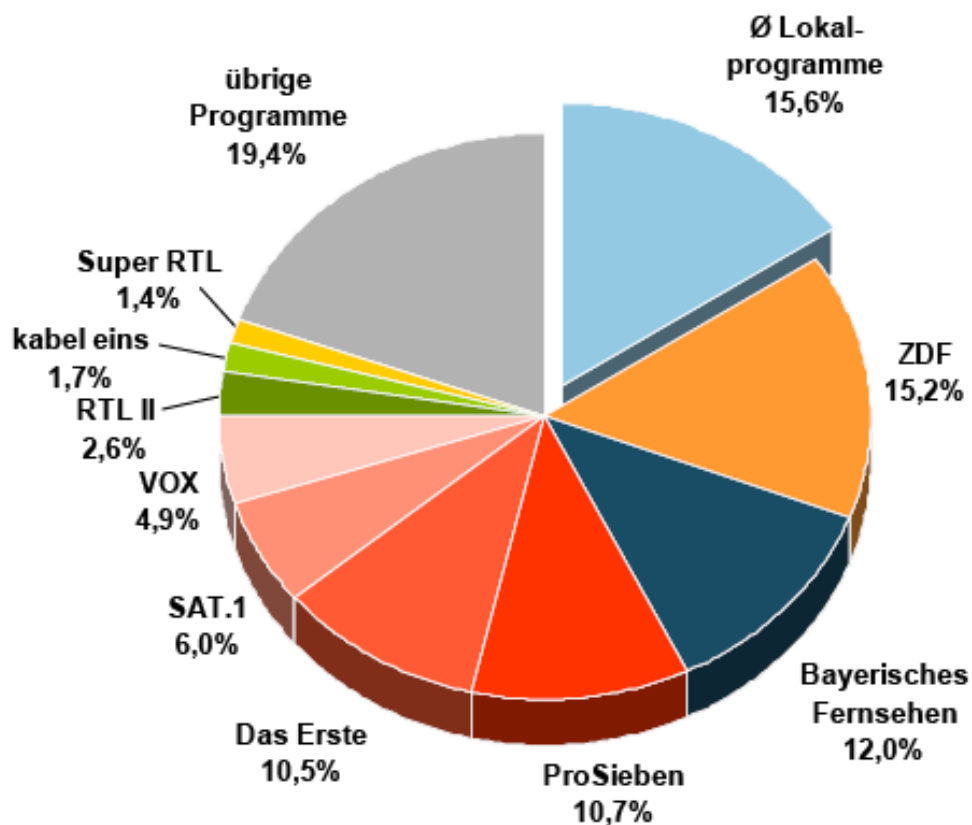


Abbildung 20: Marktanteile Montag bis Freitag 18:00 - 18:30 Uhr 2011
Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten¹⁹³

Bei der Betrachtung des Marktanteilsverlaufs bzw. des Audience-Flow der RTL-Lokalfensterprogramme zeigt sich unverkennbar, dass offensichtlich viele Zuschauer erst zum Lokalprogramm auf RTL schalten und sobald die Sendung vorüber ist, auch wieder wegschalten.¹⁹⁴

¹⁹³TNS, Funkanalyse, 2011, S. 23

¹⁹⁴Vgl. Ebd., S. 25

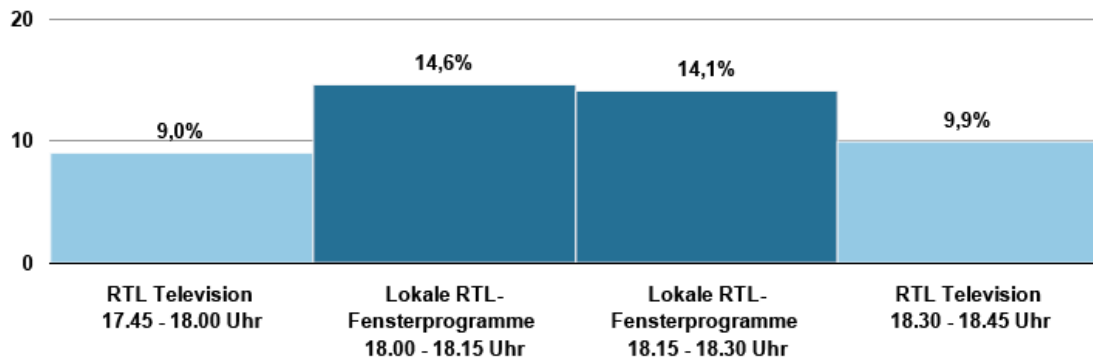


Abbildung 21: Marktanteilsverlauf RTL-Lokalprogramme 2011
 Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten¹⁹⁵

Eine Darstellung des Sat.1- Fensters soll hier ausgespart werden, da dort nicht die originären Programme der Lokalsender zu sehen sind, auf die hier im Wesentlichen eingegangen werden soll.

Bei einer Bevölkerung ab 14 Jahren ergab sich 2011 bei den bayerischen Lokalprogrammen ein „Weitester Seherkreis“ (WSK) in den TV-Haushalten gesamt von 3,076 Millionen Menschen, was 29,8 Prozent entspricht. In den Kabelhaushalten belief sich die Zahl des WSK auf 1,955 Millionen Menschen, entsprechend 44,1 Prozent. Konkret ergab sich eine Tagesreichweite von Montag bis Freitag von 813.000 Zuschauern, was 7,6 Prozent entspricht. Speziell in Kabelhaushalten erreichten die bayerischen Lokalprogramme eine Tagesreichweite von 0,606 Millionen Zuschauern, also 13,8 Prozent. Damit liegen sie an siebter Stelle hinter ARD, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben und dem Bayerischen Fernsehen.

Nach Empfangsebenen aufgeteilt betrug die Tagesreichweite (bei 813.000 Menschen = 7,6 Prozent) der Lokalprogramme im Kabel 75 Prozent (606.000 Zuschauer), via DVB-S 22 Prozent (183.000 Zuschauer) und über DVB-T 3 Prozent (24.000 Zuschauer).

Darüber hinaus gaben 300.000 Personen an, Lokalprogramme schon einmal über das Internet, also via Video-Download oder Streaming, genutzt zu haben. Der „Weiteste Nutzerkreis“ (WNK) in den letzten 14 Tagen belief sich dabei auf 47.000 Personen.¹⁹⁶

Betrachtet man die bayerischen Lokalprogramme gesamt diesmal hinsichtlich der zentralen Reichweite ergibt sich zusammengefasst ein „Weitester Seherkreis“ von 3.076.000 Personen. In Kabelhaushalten beläuft sich der WSK auf 44,1 Prozent. Von

¹⁹⁵TNS, Funkanalyse, 2011, S. 25

¹⁹⁶Vgl. Ebd., S. 29 ff.

Montag bis Freitag betrug die Tagesreichweite 813.000 Zuschauer. In Kabelhaushalten macht dies 13,8 Prozent aus. Insgesamt beläuft sich das Empfangspotenzial auf 8.563.000 Menschen, was 81 Prozent entspricht. Damit konnten die Lokalprogramme insgesamt einen Marktanteil von 15,6 Prozent in RTL-Fensterhaushalten (18:00 – 18:30 Uhr) erreichen.¹⁹⁷

Die Tagesreichweite des Lokalfernsehens konnte sich damit in den letzten 20 Jahren mehr als verdoppeln.

Beim Wochenendenfenster „TV Bayern Live“ am Sonntag konnte ein WSK von 647.000 Personen eruiert werden. In Kabelhaushalten machte dies 8,3 Prozent aus. Die Tagesreichweite belief sich gesamt auf 320.000 Zuschauer und davon im Kabel auf 6,1 Prozent. Insgesamt ergab sich ein Empfangspotenzial von 8.563.000 Personen, was 81 Prozent entspricht. Der Marktanteil in RTL-Fernsehhaushalten zwischen 17:45 Uhr und 18:45 Uhr betrug dabei 4,8 Prozent.¹⁹⁸

Eine Übersicht der Marktanteile und Reichweiten findet sich in der Funkanalyse überdies auch separat für jeden einzelnen Sender.

Folgende Tabellen sollen die Entwicklung der Marktanteile, Tagesreichweiten und dem WSK von 2008 bis einschließlich 2011 darstellen. Dabei findet eine Betrachtung eines jeden einzelnen Senders statt:

<div style="color: red; text-align: center;"> Vertraulich perrrfriss 07.2011 12:00 Uhr </div>	Marktanteil 17.00 bis 23.00 Uhr				Differenz			Rang		
	2008	2009	2010	2011	08/09	09/10	10/11	2009	2010	2011
Oberpfalz TV	3,2	2,3	5,6	5,7	-0,9	3,3	0,1	7	1	1
Regio TV Schwaben	1,8	3,2	1,8	3,6	1,4	-1,4	1,8	3	11	2
intv Regionalfernsehen	2,9	1,6	2,1	3,0	-1,3	0,5	0,9	11	5	3
TV Oberfranken, TVO	2,8	3,5	1,9	2,8	0,7	-1,6	0,9	2	9	4
main.tv	2,0	3,0	1,5	2,7	1,0	-1,5	1,2	4	15	5
TV touring Schweinfurt	2,0	2,8	1,6	2,6	0,8	-1,2	1,0	5	13	6
TV touring Würzburg	3,1	3,7	2,3	2,5	0,6	-1,4	0,2	1	3	7
Regional Fernsehen Oberbayern	1,2	0,3	1,2	2,4	-0,9	0,9	1,2	16	16	8
FRANKEN FERNSEHEN	2,1	1,5	1,7	2,3	-0,6	0,2	0,6	13	12	9
Tele Regional Passau 1	2,3	1,1	2,1	2,2	-1,2	1,0	0,1	15	5	10
TV Allgäu Nachrichten	3,1	2,1	2,0	2,1	-1,0	-0,1	0,1	9	7	11
DONAU TV	5,9	2,3	3,1	1,6	-3,6	0,8	-1,5	7	2	12
münchen.tv / RTL München Live	1,5	1,3	1,9	1,6	-0,2	0,6	-0,3	14	9	12
Regional Fernsehen Landshut	1,3	1,6	2,0	1,4	0,3	0,4	-0,6	11	7	14
a.tv - Fernsehen f.Augsburg u.Schwaben	2,7	2,1	1,6	1,4	-0,6	-0,5	-0,2	9	13	14
TVA Regionalfernsehen	3,1	2,6	2,3	0,7	-0,5	-0,3	-1,6	6	3	16
münchen2	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0	17	17	17
münchen.tv	1,1	1,0	1,4	1,0	-0,1	0,4	-0,4			
					0,0	0,0	0,0			
Bayerische Lokalprogramme gesamt	2,2	2,0	2,0	2,1	-0,2	0,0	0,1			

Tabelle 9: Marktanteile bayerischer Lokalprogramme in lokalen Kabelverbreitungsgebieten von Montag bis Freitag, Bevölkerung ab 14 Jahre in Prozent¹⁹⁹

¹⁹⁷Vgl. Ebd., S. 45

¹⁹⁸Vgl. Ebd., S. 44

¹⁹⁹Haimerl, Norbert: Schriftliche Mitteilung v. 26.03.12

Aktuelle wirtschaftliche Situation der lokalen TV-Sender in Bayern

	in Tausend				Differenz			Rang		
	2008	2009	2010	2011	08/09	09/10	10/11	2009	2010	2011
münchen.tv / RTL München Live	186	174	189	197	-12	15	8	1	1	1
TV Oberfranken, TVO	88	91	94	84	3	3	-10	3	2	2
FRANKEN FERNSEHEN	118	107	89	83	-11	-18	-6	2	3	3
OTV, Oberpfalz TV	60	57	64	58	-3	7	-6	5	4	4
Regional Fernsehen Oberbayern	34	38	33	55	4	-5	22	9	11	5
a.tv - Fernsehen f.Augsburg u.Schwaben	70	56	56	54	-14	0	-2	6	6	6
TVA Regionalfernsehen	63	51	41	49	-12	-10	8	7	8	7
TV Allgäu Nachrichten	49	43	54	48	-6	11	-6	8	7	8
intv Regionalfernsehen	71	76	59	48	5	-17	-11	4	5	8
TV touring Würzburg	32	36	34	40	4	-2	6	10	10	10
DONAU TV	31	34	29	34	3	-5	5	11	12	11
main.tv	16	20	24	31	4	4	7	15	13	12
Tele Regional Passau 1	20	30	37	29	10	7	-8	12	9	13
TV touring Schweinfurt	35	20	18	27	-15	-2	9	15	16	14
Regio TV Schwaben	12	27	23	21	15	-4	-2	13	14	15
Regional Fernsehen Landshut	23	23	20	18	0	-3	-2	14	15	16
münchen2	29	17	4	17	-12	-13	13	17	17	17
münchen.tv	124	142	158	146	18	16	-12			
RTL München Live	70	46	49	58	-24	3	9			
					0	0	0			
Bayerische Lokalprogramme gesamt	844	785	814	813	-59	29	-1			
17:30 SAT-1 Bayern (Mo-Fr)	305	224	208	251	-81	-16	43			

Tabelle 10: Tagesreichweite bayerischer Lokalprogramme gesamt von Montag bis Freitag, Bevölkerung ab 14 Jahre, in Prozent²⁰⁰


	in Tausend	Rang
	2011	2011
münchen.tv / RTL München Live	721	1
FRANKEN FERNSEHEN	533	2
TV Oberfranken, TVO	329	3
Regional Fernsehen Oberbayern	253	4
a.tv - Fernsehen f.Augsburg u.Schwaben	243	5
intv Regionalfernsehen	221	6
QTV, Oberpfalz TV	217	7
TV Allgäu Nachrichten	187	8
TVA Regionalfernsehen	165	9
DONAU TV	137	10
Tele Regional Passau 1	131	11
TV touring Würzburg	127	12
TV touring Schweinfurt	109	13
main.tv	108	14
Regio TV Schwaben	105	15
Regional Fernsehen Landshut	82	16
münchen2	79	17
afk, Aus- und Fortbildungskanal	33	18
AG Behinderte in den Medien, ABM	12	19
münchen.tv	631	
RTL München Live	224	
Bayerische Lokalprogramme gesamt	3.076	
17:30 SAT.1 Bayern (Mo-Fr)	1.045	

Tabelle 11: Weitesten Seherkreis bayerischer Lokalprogramme, Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern gesamt in Prozent²⁰¹

²⁰⁰Haimerl, Norbert: Schriftliche Mitteilung v. 26.03.12

²⁰¹Haimerl, Norbert: Schriftliche Mitteilung v. 26.03.12

6.2.3 Zuschauerbindung und -akzeptanz

Bei der Befragung durch die Funkanalyse, gaben 79 Prozent der Stammseher an, dass sie ihr Lokalprogramm sehr vermissen würden, wenn sie zukünftig darauf verzichten müssten. Beim WSK sind dies 64 Prozent.²⁰²

Darüber hinaus schätzten 2011 95 Prozent der Befragten ihr jeweiliges Lokalprogramm als glaubwürdig, 93 Prozent als aktuell, 90 Prozent als sympathisch, 88 Prozent als zuverlässig und bürgernah, 70 Prozent als professionell und 69 Prozent als modern ein.²⁰³ In der Imagebewertung demzufolge insgesamt eine positive Bilanz.

Bei den Top 10 der Genreinteressen von Lokalfernsehzuschauern (WSK) stellt sich heraus, dass Themen, die die Region betreffen, einen hohen Stellenwert einnehmen.

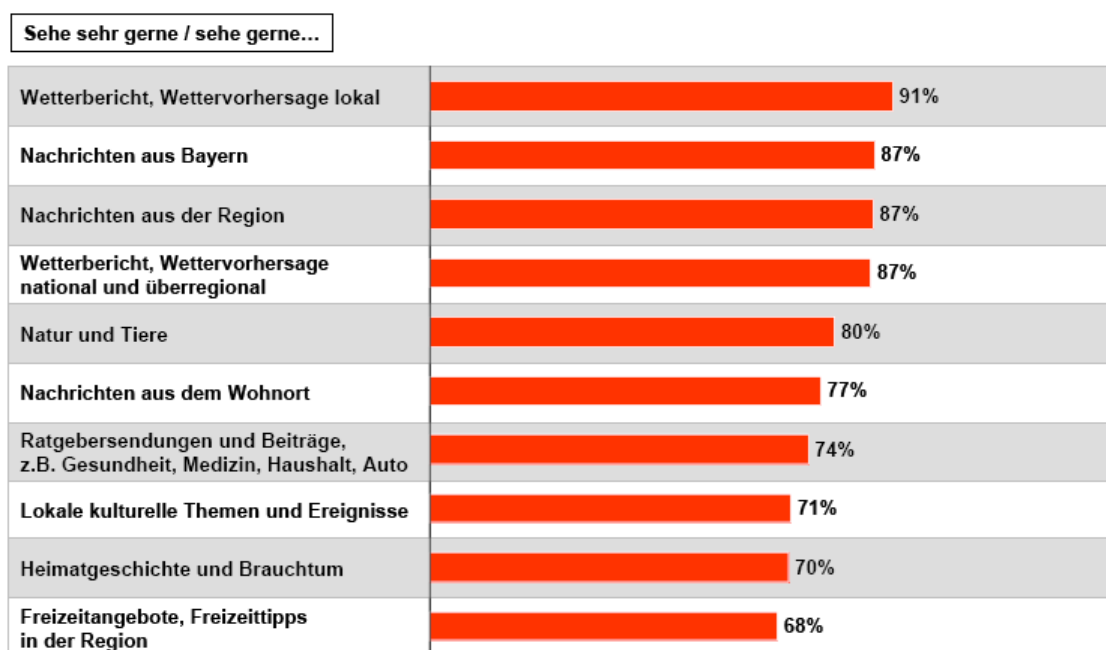


Tabelle 12: Genreinteressen von Lokalfernsehzuschauern - Top 10 - 2011
 Weitesten Seherkreis Bayerische Lokalprogramme gesamt²⁰⁴

Bei den Erwartungen der Zuschauer an die Lokalprogramme und der tatsächlichen Erfüllung dieser Themen ergeben sich jedoch teilweise große Differenzen. Inwiefern diese von den Lokalsendern aktuell ausgeglichen worden sind, wäre nur anhand der Ergebnisse von 2012 festzustellen. Diese liegen im Augenblick jedoch noch nicht vor.

²⁰²Vgl. Ebd., S. 65

²⁰³Vgl. Ebd., S. 66

²⁰⁴TNS, Funkanalyse, 2011, S. 72

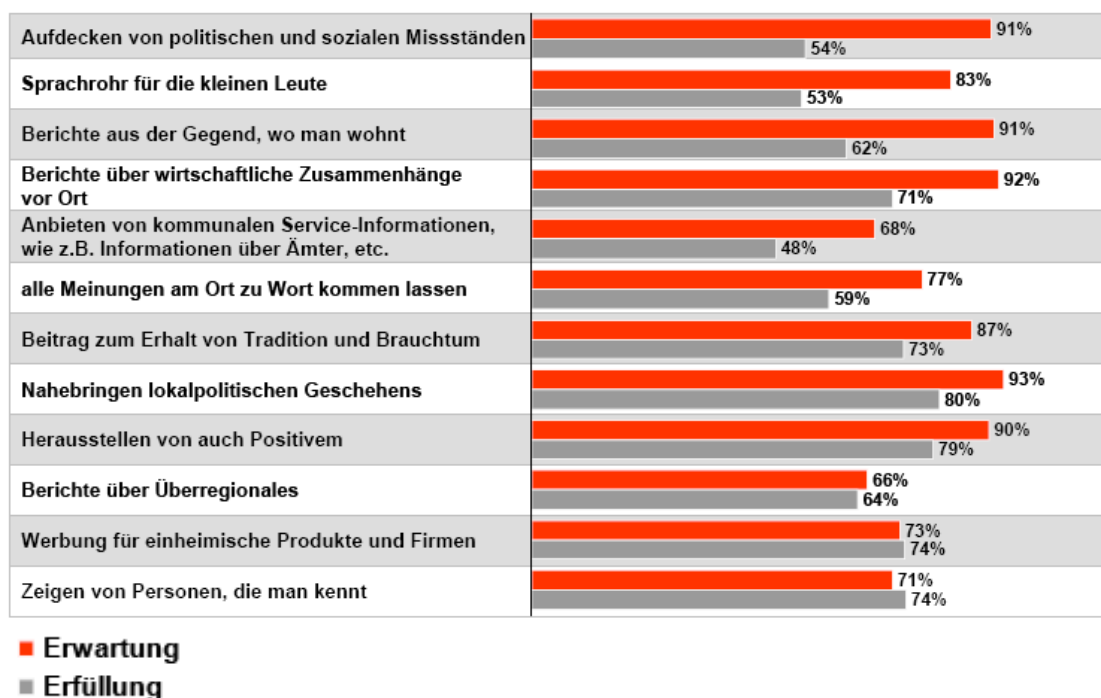


Tabelle 13: Erwartungen und Erfüllung durch die Programme 2011
Weitester Seherkreis Bayerische Lokalprogramme gesamt²⁰⁵

6.3 Einnahmen- und Kostenentwicklung

Nachfolgend wird die Entwicklung der wirtschaftlichen Situation der bayerischen Lokalsender von 2002 bis 2006 aufgezeigt. Da es bislang keine aktuelleren Erhebungen gibt, die detailliertere Zahlen zur Einnahmen- und Kostenentwicklung liefern, zeigen die an alle 16 bayerischen Lokalstationen verschickten Fragebögen, eine Darstellung der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation.

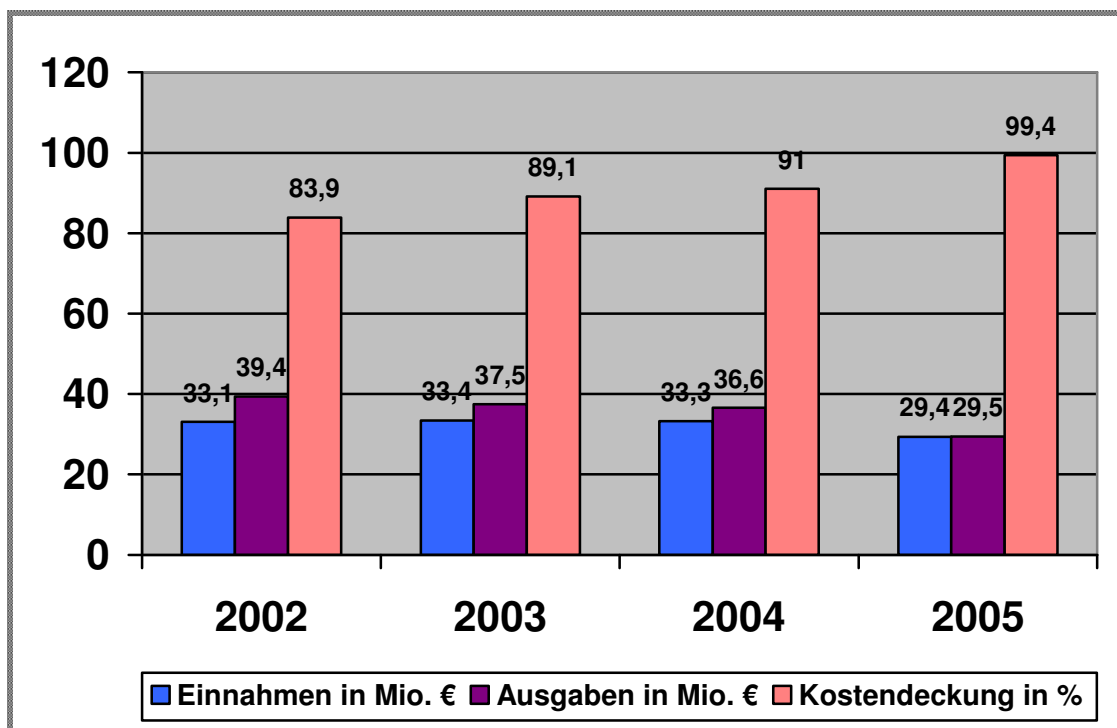
6.3.1 Entwicklung des Kostendeckungsgrades

Laut der Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, die die Studie „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“²⁰⁶ durchführte, hat sich die wirtschaftliche Situation seit 2002 deutlich verbessert. Die Kosten konnten von 2000 bis 2006 um 10 Millionen Euro gesenkt werden. Allerdings sind auch die Einnah-

²⁰⁵TNS, Funkanalyse, 2011, S. 76

²⁰⁶Die Studie wurde im Jahr 2006 veröffentlicht. Ein aktuelleres Werk, das die wirtschaftliche Lage des Lokalfernsehens in Bayern genauso detailliert darstellt, liegt bislang nicht vor. Deshalb muss in dieser Arbeit mit diesen Zahlen vorlieb genommen werden. Die Angaben können aber teilweise durch geführte Experteninterviews, Fragebögen etc. ergänzt werden.

men um 3,5 Millionen Euro zurückgegangen. Ende 2005 arbeiteten die Lokalsender jedoch annähernd kostendeckend. In den folgenden Ausführungen soll die bewährte Einteilung in Kategorien von Goldmedia übernommen werden. Denn betrachtet man die Sender getrennt nach Kategorien, muss festgestellt werden, dass die gesamtwirtschaftliche Entwicklung maßgeblich von münchen.tv beeinflusst worden ist. Durch die Kirch-Insolvenz entstanden hier Verluste in Millionenhöhe, die das Gesamtbild verzerren würden. Deshalb erscheint eine gesonderte Betrachtung sinnvoll. In der Mehrzahl konnten ca. 13 kleinere und mittlere Lokalsender wirtschaftlich tragfähig arbeiten und teilweise sogar Gewinne erzielen. Jedoch war dies nur mit Fördergeldern möglich. Dadurch aber befanden sich 2006 immerhin acht von 15²⁰⁷ Sendern der ersten beiden Kategorien in einer stabilen wirtschaftlichen Lage.²⁰⁸



Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 – 2006

Abbildung 22: Wirtschaftliche Entwicklung der 15 aktiven Lokal-TV-Stationen in Mio. Euro²⁰⁹

²⁰⁷ Goldmedia integriert in die Betrachtung der wirtschaftlichen Situation der Lokalsender nur 15 Lokal-TV-Anbieter. Der Sender regio.TV wurde hier ausgespart, da sich sein Sendegebiet vorrangig in Baden-Württemberg befindet. Lediglich ein Landkreis, der mit seinem Programm versorgt wird, befindet sich in Bayern. Der bayerische Markt hat also nur eine marginale Wirkung auf den Sender. Um das Gesamtbild nicht zu verfälschen, soll in der weiteren Betrachtung dieser Arbeit deshalb ebenfalls auf die Darstellung von regio.tv verzichtet werden.

²⁰⁸ Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 33

²⁰⁹ Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 33

Betrachtet man die Sender gesondert nach Kategorien, stellt sich heraus, dass die fünf aktiven Sender in der ersten Gruppe in 2005 einen Kostendeckungsgrad von 92,6 Prozent erreichten. Von 2002 bis einschließlich 2005 sank dieser Trend stetig. Besonders im Jahr 2003 gab es einen erheblichen Einschnitt, verursacht durch eine signifikante Kürzung des Teilnehmerentgelts. Durch Personalabbau wurde daraufhin versucht, die gestiegenen Kosten und gesunkenen Einnahmen zu kompensieren. Der Kostendeckungsgrad von 106,8 Prozent in 2002 konnte jedoch nicht mehr erreicht werden. In 2005 sind die Mittelzuflüsse aus überregionaler Werbung und dem Finanzierungsbeitrag um ganze 50 Prozent zurückgegangen, was den verschlechterten Kostendeckungsgrad in dem Jahr in den Kategorien 1 und 2 erklärt.

In der zweiten Kategorie zeigt sich ein eher steigender Trend beim Kostendeckungsgrad. Der Spitzenwert von 2004 mit 109 Prozent konnte seitdem nicht mehr erzielt werden. Ein Umsatzplus resultierte vor allem aus dem Bereich der Auftragsproduktionen. Ende 2005 lag der Kostendeckungsgrad immerhin noch bei 108 Prozent.

Bei einer gesonderten Betrachtung der Kategorie 3, also der Ballungsraumsender, stellt sich heraus, dass von 2002 bis 2004 durchschnittlich ein Kostendeckungsgrad von rund 84 Prozent gehalten werden konnte. Die Insolvenz bei tv.münchen in 2005 und der Neugründung von münchen.tv führte Ende 2005 sogar zu einem Kostendeckungsgrad von 95,1 Prozent. Ohne die Förderung aus dem Teilnehmerentgelt läge dieser allerdings nur bei 73,5 Prozent.

Bei der Auswertung der Fragebögen ergab sich für 2011 insgesamt ein Kostendeckungsgrad von durchschnittlich nur 88,4 Prozent. Ohne Fördergelder liegt der Kostendeckungsgrad im Durchschnitt in 2011 sogar lediglich bei 69,1 Prozent.²¹⁰ Damit hat sich das Betriebsergebnis seit 2005 um ganze 11 Prozentpunkte verschlechtert. Dies kann in erster Linie durch das sukzessive Absinken der Fördermittel erklärt werden. Während in 2009 noch insgesamt 9 Millionen Euro Fördergelder an die lokalen Fernseh-Stationen ausgegeben wurden, sind es in diesem Jahr beispielsweise nur noch ca. 6,5 Millionen Euro. Das entspricht insgesamt einem Rückgang von fast 30 Prozent innerhalb von 3 Jahren. Dazu kommt die Wirtschafts- und Finanzkrise, die auch die lokalen Fernsehanbieter in puncto rückläufigem Verkauf von Werbezeiten bzw. Werbespots getroffen hat. Außerdem werden seit der Digitalisierung des Kabels Programme, wie RTL-Shop und Bloomberg TV auf eigenen digitalen Kanälen verbreitet. Vielen Lokal-sendern, die zuvor Sendezeiten an solche Fremdprogramme verkauft haben, gehen diese Umsätze dadurch verloren.

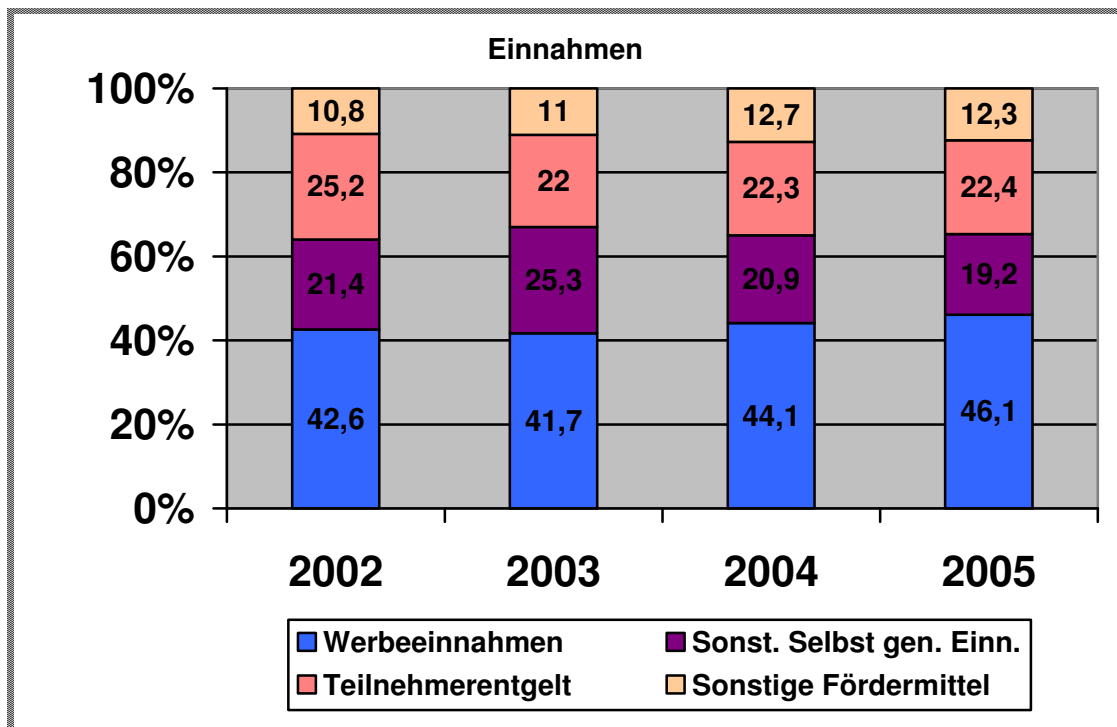
Darüber, ob die Lokal-TV-Anbieter bei der Beantwortung der Fragebögen einwandfreie Angaben gemacht haben oder nicht, kann nur spekuliert werden. Absolut korrekte Zahlen hätte man nur aus den Bilanzen aller Lokal-TV-Anbieter, die die BLM seit rund 25

²¹⁰Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

Jahren archiviert, entnehmen können. Selbstredend bleibt ein Zugriff auf dieses Bilanzmaterial aus Datenschutzgründen verwehrt.

6.3.2 Einnahmenentwicklung

Betrachtet man die Erlösstruktur der Lokalsender, lässt sich zusammenfassen, dass der Anteil aus dem Teilnehmerentgelt an den Gesamteinnahmen bei allen Sendern in 2005 immer noch bei über 20 Prozent lag, wobei die größte Abhängigkeit bei den Sendern der Kategorie 2 ausgemacht werden kann. In 2005 betrug der Anteil aus dem Teilnehmerentgelt hier 24,1 Prozent. In der Kategorie 1 waren es lediglich 21,0 Prozent und bei den Ballungsraumsendern sogar nur 20,2 Prozent. Kumuliert man sämtliche Einnahmen aus Fördermitteln, liegt die Abhängigkeit bei den Sendern der ersten beiden Kategorien bei ca. 36 Prozent. Für die Ballungsraumsender fällt sie mit durchschnittlich 31,3 Prozent ein bisschen niedriger aus.²¹¹



Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 23: Gesamtverteilung der Einnahmen im Lokal-TV-Markt in Prozent²¹²

²¹¹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 36 f.

²¹²Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 37

6.3.2.1. Werbung

Die Werbeeinnahmen der Lokalsender sind in den Jahren 2002 bis 2005 nominell gesunken. Vor allem bei der landesweit und national vermarkteten Werbung durch TV-Bayern gab es deutliche Umsatzeinbrüche. Für die überregionale Vermarktung von Spots ist der Vermarktungsverbund TV Bayern zuständig. Er soll bayernweit sowohl werbetreibende Unternehmen als auch nationale Mediaagenturen akquirieren. TV Bayern wurde in den Jahren 2000 bis 2002 zusammen mit einigen Ballungsraum- und größeren Lokalsendern durch die ProSiebenSat.1-Vermarktungstochter Media 1 (heute SevenOneMedia) mitvermarktet. Das Jahr 2000 stellt dabei das absolute Boomjahr dar. Damals konnten für alle aktiven bayerischen Lokalsender rund 4 Millionen Euro an nationalen und landesweiten Werbeeinnahmen erwirtschaftet werden. Danach ging allerdings die Entwicklung rapide bergab. Durch den Einbruch der New Economy und die Terroranschläge vom 11. September 2001 sanken die Werbeeinnahmen auf 1,74 Millionen Euro ab. Mitte 2002 endete dann die Vermarktungskooperation mit der ProSieben-Gruppe, sodass die bayerischen Lokalsender seitdem von TV Bayern eigenständig vermarktet werden. Jedoch mit weitaus geringerem Erfolg. Ende 2002 sanken die Werbeeinnahmen weiter auf 90.000 Euro. 2003 und 2004 waren es nur noch 50.000 Euro. Ende 2005 gab es dann durch die Kirch-Insolvenz einen weiteren Rückgang der Werbeeinnahmen, weil sich der neu gegründete Sender münchen.tv noch nicht mitvermarkten ließ. Ohne den Standort München fiel es TV Bayern schwer, den Lokal-TV-Verbund sowohl bayernweit als auch national zu vermarkten. In 2005 konnten deshalb nur Einnahmen von 330.000 Euro für die Lokalsender erwirtschaftet werden. Aufgeteilt auf alle aktiven Sender erhielt jeder etwas mehr als 20.000 Euro, was lediglich zwei bis drei Prozent der Gesamteinnahmen ausmachte.²¹³

Unter Berücksichtigung einer Inflationsrate von ein bis zwei Prozent sind die lokalen Werbeeinnahmen jedoch relativ konstant geblieben. Das Niveau von 2002 konnte in 2005 jedoch nicht erreicht werden. Dies lag aber vor allem an der allgemeinen Konjunkturfalte, die sich auch auf die lokalen Werbeumsätze auswirkte. In der Kategorie 1 konnten die Lokalsender bei den durchschnittlichen Werbeeinnahmen seit 2003 einen steigenden Trend verzeichnen. In 2005 erreichten sie die Summe von 658.000 Euro. Bei der Kategorie 2 stellt sich die Situation ähnlich dar. Die durchschnittlichen Werbeeinnahmen von 840.000 Euro halfen zwar das Niveau von 2002 zu übertreffen, die Einnahmen von 2003 mit 851.400 Euro und 2004 mit 871.000 Euro blieben allerdings unerreichbar. Mit 161.800 Euro durch Sponsoring konnten die Sender der Kategorie 2 in diesem Bereich doppelt so viele Einnahmen generieren wie die Sender der Kategorie 1. Dies lässt sich aber leicht erklären. Die größeren Sender sind bedingt durch eine

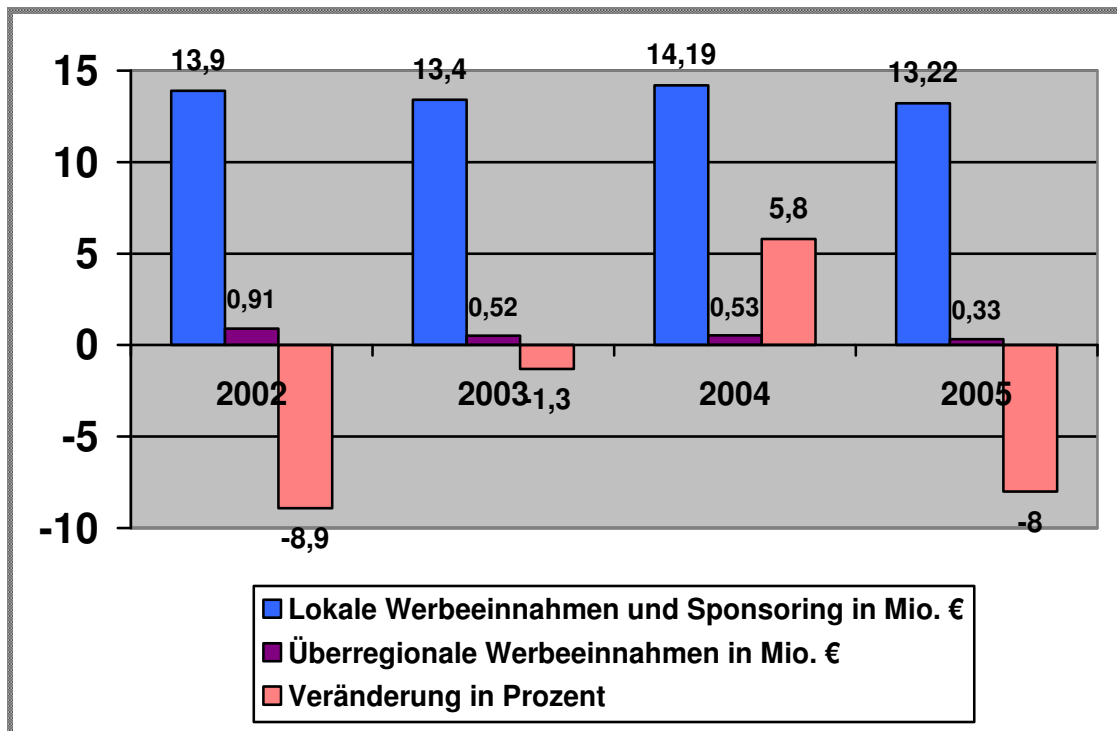
²¹³Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 39

höhere Förderung aus dem Teilnehmerentgelt in der Lage, mehr Programm zusätzlich zur Nachrichtensendung zu produzieren, als die kleinen. Sponsoringeinnahmen werden vor allem in Formaten außerhalb der Nachrichtensendung erwirtschaftet, da sich beispielsweise Special-Interest-Magazine in den Bereichen Sport, Wirtschaft und Gesundheit besser vermarkten lassen, weil hierdurch die Kommunikationsziele der Werbekunden besser bedient werden können. Nach wie vor produzieren einige kleinere Sender ausschließlich ein 30-minütiges Nachrichtenprogramm. Für Sponsoring fehlt ihnen definitiv das originäre Programm. Während der Nachrichtensendung lässt sich meist nur der Service-Teil, also das Wetter und beispielsweise Veranstaltungstipps versponsern. Mit Preisen von unter 100 Euro pro Tag sind die hier generierbaren Summen aber eher marginal.²¹⁴

Bei den Ballungsraumsendern in der Kategorie 3 stellt sich die Situation ähnlich dar. Durch eine höhere Anzahl förderfähiger Programmminuten lassen sich auch hier mehr Sponsoringeinnahmen als Spoteinnahmen generieren.²¹⁵

²¹⁴Vgl. Ebd., S. 40 f.

²¹⁵Vgl. Ebd., S. 42



Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 24: Entwicklung der Werbeeinnahmen der 15 aktiven Lokalsender in Mio. Euro²¹⁶

In 2011 lagen die Werbeeinnahmen je lokalem Sender bei durchschnittlich ca. 600.000 Euro, was 35 Prozent der Gesamteinnahmen entspricht²¹⁷. Multipliziert mit 15 Stationen²¹⁸ ergibt sich eine Summe von 9.000.000 Euro. Im Vergleich zu 2005 sind die Werbeeinnahmen letztes Jahr somit um 4,55 Millionen Euro gesunken. Durch die geplante bundesweite Werbevermarktung durch TV Bayern und die Aufschaltung der zehn Satellitenkanäle ab 2013 ist aber auf Grund steigender Reichweite wieder mit wachsenden Werbeeinnahmen zu rechnen.

6.3.2.2. Auftragsproduktion und Programmverkauf

Neben den Einnahmen aus lokaler Werbung und überregional generierter Werbeeinnahmen durch die gemeinsame Vermarktung von TV Bayern spielen auch Auftragsproduktionen und Programmverkäufe eine wichtige Rolle auf der Erlösseite. Viele Lokalsender offerieren die Produktion von Industriefilmen für Messeauftritte, Standort-PR, Immobilien- und Tourismusmarketing sowie Mitarbeiterschulungen. Damit stehen

²¹⁶Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 40

²¹⁷Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²¹⁸Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

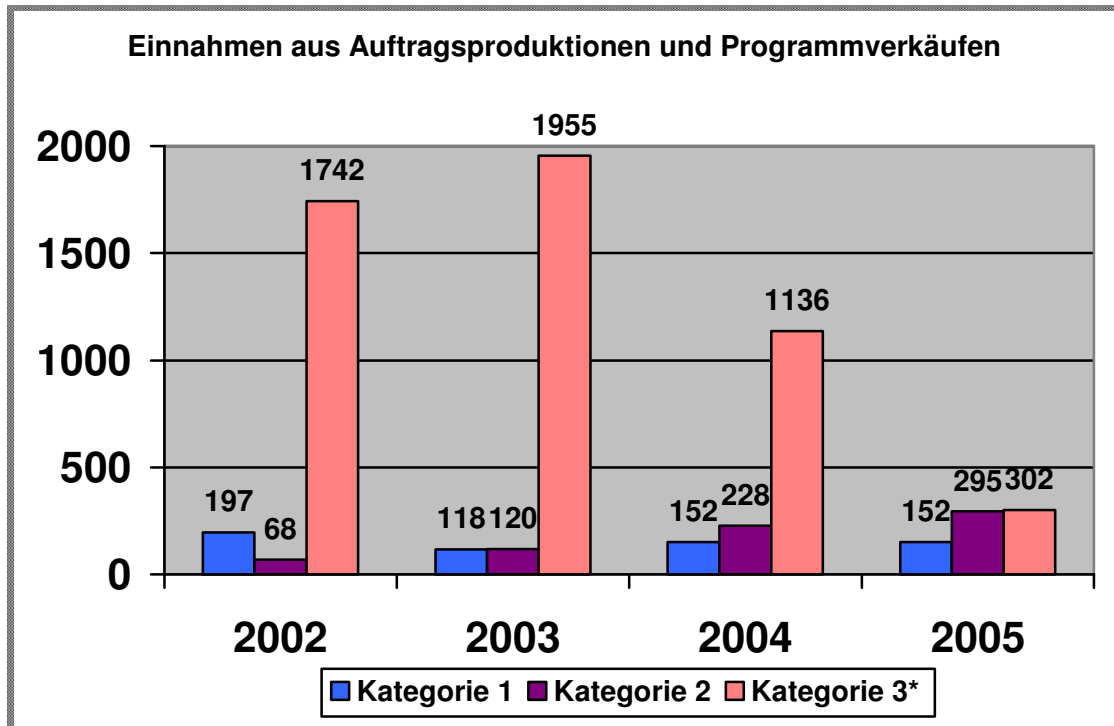
sie zwar in direkter Konkurrenz zu örtlichen Produktionsfirmen, verfügen aber dennoch über entscheidende Vorteile. Einerseits können sie den Werbekunden direkt eine Ausstrahlung der Spots im Fernsehen anbieten, andererseits sind sie besser über den Bedarf der Unternehmen informiert, weil sie im Rahmen der Spotakquise kontinuierlich Kontakt zu ihnen halten. Laut Goldmedia gelingt es auch vielen Lokalsendern mehrmals im Jahr Bildmaterial zu lokalen Ereignissen, die überregionale Bedeutung haben, an nationale Sender, wie RTL und Sat.1, mit denen durch das Fernsehfenster sowieso guter Kontakt besteht, oder sogar an den BR zu verkaufen.²¹⁹ Diese Tatsache ist jedenfalls ein bedeutsames Indiz dafür, dass die Beiträge der Lokalsender den qualitativen Ansprüchen genügen, die bekanntlich immer wieder gerne kritisiert werden.

Die Sender in den Kategorien 1 und 2 konnten in den letzten Jahren hier deutlich mehr Einnahmen erzielen. Vor allem, weil sie ihr Engagement im Industriefilmbereich erheblich ausgebaut haben. Der Umsatzanteil liegt etwa bei durchschnittlich 12 bis 15 Prozent.

Die Umsätze bei den Ballungsraumsendern sind in 2005 durch die Situation in München hier ebenfalls zurückgegangen.²²⁰

²¹⁹Vgl. Ebd., S. 43

²²⁰Vgl. Ebd., S. 44



Kategorien nach technischer Reichweite: Kat. 1 < 100 Tsd. HH / Kat. 2 \geq 100 Tsd. \leq 300 Tsd. HH / Kat. 3 300 Tsd. HH (München und Nürnberg)

* Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen der Ballungsraum-TV-Sender und RTL-Fenster in München und Nürnberg wurden zusammengerechnet und durch zwei geteilt. Der in 2002 noch aktive Sender TV Franken wurde für das Jahr 2002 nicht mit eingerechnet. Ab 2003 erhielt RTL Franken Life TV die Genehmigung für das lokale Kabelprogramm Franken TV. Der Sender tv.münchen stellte Mitte 2005 den Sendebetrieb ein. Kurz darauf wurde er unter dem Namen münchen.tv neu gegründet.

Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 25: Entwicklung von Auftragsproduktionen und Programmverkauf nach Kategorien in Tsd. Euro²²¹

Während in 2005 insgesamt 3.724.000 Euro (= 152 Tsd. \times 5 + 295 Tsd. \times 8 + 302 Tsd. \times 2) aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen generiert werden konnten, lagen die Einnahmen aus Auftragsproduktionen in 2011 bei durchschnittlich fast 300.000 Euro pro Sender (\approx 15 % der Gesamteinnahmen). Bei den Programmverkäufen ergab sich 2011 eine Summe von rund 240.000 Euro pro Sender (\approx 0,5 % der Gesamteinnahmen).²²² Multipliziert mit 15 Sendern²²³ umfasst dies 8.100.000 Euro. Damit ist dieser Einnahmenposten im Vergleich zu 2005 um rund 4.376.000 Euro gestiegen. Tatsächlich wird diese Differenz allerdings nicht so hoch sein. Bei der Auswertung der Fragebögen wurde keine Unterteilung in Kategorien vorgenommen. Der Durchschnittswert verzerrt deshalb das Gesamtbild. Die einzelnen Angaben reichen hier von

²²¹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 43

²²²Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²²³Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

unter 20.000 Euro bis zu fast einer Million Euro. Allerdings arbeitete auch Goldmedia mit Durchschnittswerten. Insgesamt kann als Ergebnis deshalb festgestellt werden, dass die Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen seit 2005 sicherlich deutlich gestiegen sind, was höchstwahrscheinlich am verstärkten Engagement der lokalen TV-Anbieter in diesem Bereich liegt. Nachdem die Förderung so erheblich gekürzt worden ist, müssen schließlich insgesamt wieder mehr Einnahmen generiert werden.

6.3.2.3. sonstige Einnahmen

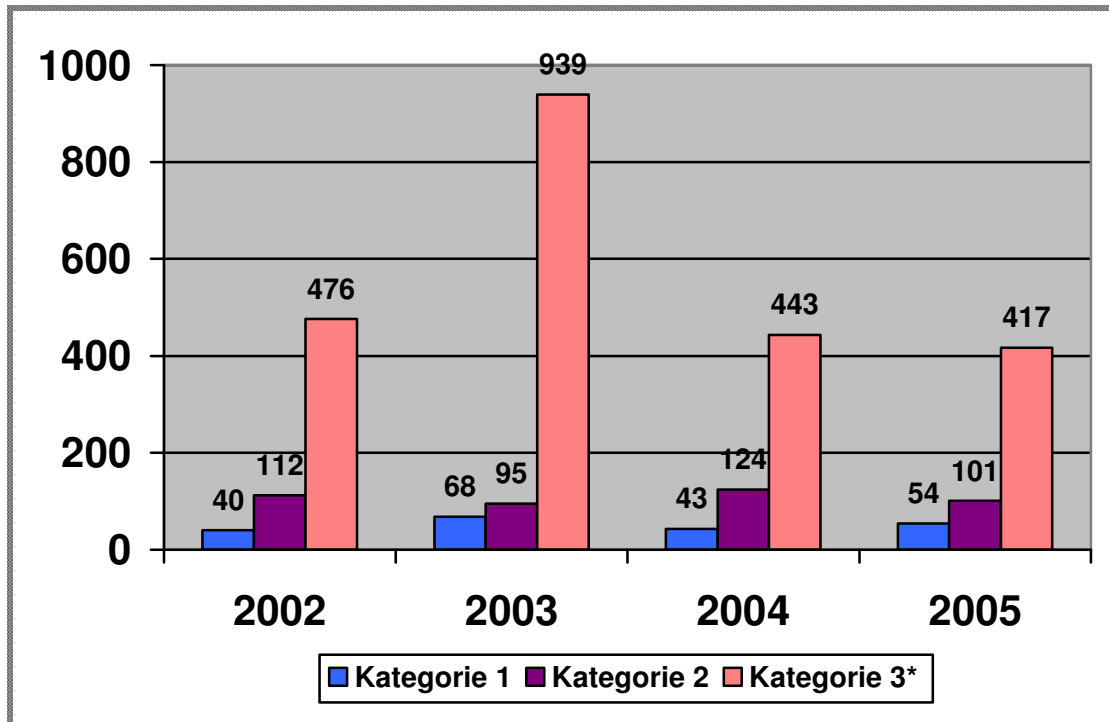
Unter sonstige Einnahmen fallen die programmbezogenen und die ereignisbezogenen Zusatzeinnahmen. Unter ersteren wird dabei beispielsweise der Einsatz von Telefonmehrwertdiensten wie Call Media verstanden. Einige Lokalsender bieten in ihrem Programm Gewinnspiele über kostenpflichtige Rufnummern an. Oft werden diese Gewinnspiele auch mit Sonderwerbformen verknüpft, wie eine Versponserung des Gewinnspiels oder die Auslobung von Preisen durch Werbekunden. Die Umsätze aus diesen Bereichen tragen aber nur sehr gering zur Kostendeckung bei. Auch mit Teleshoppingangeboten wurde in den letzten Jahren versucht, Zusatzeinnahmen zu generieren. Doch auf Grund des fehlenden Erfolgs wurden diese Formate schnell wieder eingestellt. Wesentliche Gründe für den Misserfolg waren unter anderem die begrenzte Reichweite, das fehlende Know-How bei der Präsentation und der Auswahl der Produkte sowie der geringe Wertschöpfungsanteil, weil Produkteinkauf, Abrechnung und Logistik meist von Partnern übernommen wurden, die am Umsatz beteiligt werden mussten.

Dafür lassen sich bei den ereignisbezogenen Dienstleistungen Zusatzeinnahmen erwirtschaften. Beispielsweise bietet sich für die nationalen Privatsender an, bei größeren lokalen Veranstaltungen oder Ereignissen auf lokale Teams sowie deren technisches Equipment zurückzugreifen.

Manche Lokalsender organisieren in ihrem Sendegebiet selbst größere lokale Kulturevents, wie Konzerte etc., über die sie als Medienpartner dann auch gleichzeitig berichten können. Hierdurch lassen sich weitere zusätzliche Einnahmen erwirtschaften.

In der Summe stagnieren die sonstigen Einnahmen aber sowohl bei den Sendern der Kategorie 1 und 2 als auch bei den Ballungsraumsendern. Laut Goldmedia ist in Zukunft in diesem Bereich mit keinen größeren Umsätzen zu rechnen. Es sei kein Wachstum erkennbar. Vielmehr unterliegen die sonstigen Einnahmen deutlichen Schwankungen, wie auch nachfolgende Abbildung belegt²²⁴:

²²⁴Vgl. Ebd., S. 44 f.



Kategorien nach technischer Reichweite: Kat. 1 < 100 Tsd. HH / Kat. 2 \geq 100 Tsd. < 300 Tsd. HH / Kat. 3 300 Tsd. HH (München und Nürnberg)

* Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen der Ballungsraum-TV-Sender und RTL-Fenster in München und Nürnberg wurden zusammengerechnet und durch zwei geteilt. Der in 2002 noch aktive Sender TV Franken wurde für das Jahr 2002 nicht mit eingerechnet. Ab 2003 erhielt RTL Franken Life TV die Genehmigung für das lokale Kabelprogramm Franken TV. Der Sender tv.münchen stellte Mitte 2005 den Sendebetrieb ein. Kurz darauf wurde er unter dem Namen münchen.tv neu gegründet.

Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 26: Entwicklung der sonstigen Einnahmen nach Kategorien in Tsd. Euro²²⁵

Die sonstigen Einnahmen beliefen sich in 2011 auf durchschnittlich rund 200.000 Euro pro Sender, wobei die Summen bei den einzelnen Anbietern hier von ca. 9.000 Euro bis 425.000 Euro reichen. Die Höhe der sonstigen Einnahmen entspricht in etwa 25 Prozent der Gesamteinnahmen eines jeden Senders²²⁶. In 2005 ergaben die sonstigen Einnahmen insgesamt ein Volumen von 1.667.000 Euro (= 54 Tsd. x 5 + 101 Tsd. x 8 + 417 Tsd. x 2). Verglichen mit den sonstigen Einnahmen von 2011 in Höhe von 3.000.000 Euro (= 200 Tsd. x 15²²⁷) kann eine Steigerung von 1.333.000 Euro festgestellt werden.

²²⁵Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 45

²²⁶Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²²⁷Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

6.3.2.4. Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme

Nach § 25 Abs. 4 RStV sollen bekanntermaßen in den beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogrammen, in diesem Fall RTL und Sat.1, nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts Fensterprogramme zur aktuellen und authentischen Darstellung der Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens im jeweiligen Land aufgenommen werden. Per Gesetz wird RTL und Sat.1 damit die Pflicht zur Finanzierung der Fensterprogramme auferlegt. Bayern realisierte die Finanzierung des Fernsehfensters auf RTL bis 2010 durch zwei Instrumente. Einerseits durch die Ablösesumme für ein vierminütiges Werbefenster auf RTL nach 20:00 Uhr, andererseits durch einen zusätzlichen Finanzierungsbeitrag, den RTL für die Lokalfenster zu entrichten hatte.

Bis einschließlich 2010 wurden diese beiden Beträge getrennt ausgewiesen. Seitdem sind sie zusammengelegt. Aktuell in 2012 beträgt die Summe für den Finanzierungsbeitrag und die Ablösesumme insgesamt zusammen 3,373 Millionen Euro. Diese Mittel werden dabei direkt an die Anbieter weitergegeben.²²⁸

Entstanden ist die Ablösesumme für die Abendwerbeschiene auf RTL dadurch, dass der bayerische Gesetzgeber den Lokalsendern ursprünglich eine weitere Viertelstunde Sendezeit auf RTL in der Prime-Time zwischen 20:00 und 22:30 Uhr einräumen wollte, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit der aufwendig produzierten lokalen RTL-Fenster zu verbessern. Durch diese weitere Viertelstunde sollte es den Lokalsendern ermöglicht werden, ihren Werbekunden einen zusätzlichen Werbeblock in der Prime-Time anbieten zu können. RTL sträubte sich aber dagegen, weil es sein Prime-Time-Programm von lokalen Fenstern und lokaler Werbung freihalten wollte. Der Kompromiss bestand dann darin, dass RTL eine Ablösesumme für eine dreiminütige Werbeinsel an die BLM zahlte und gleichzeitig die Lokalsender auf ein weiteres Fenster nach 20:00 Uhr verzichteten. Die Summe wurde dabei von der BLM und RTL jährlich neu verhandelt. In 2005 beispielsweise lag dieser Betrag bei 2,36 Millionen Euro. Bei der Verteilung dieser Mittel an die Lokalsender orientierte sich die BLM an den Sekundenpreisen, die von den Lokalsendern vor Ort erzielt wurden, und an der Reichweite der jeweiligen Verbreitungsgebiete. Bei den Sendern der ersten beiden Kategorien lagen die Einnahmen daraus in 2005 bei 100.00 bis 200.000 Euro, was einem Umsatzanteil von durchschnittlich 7,3 bis 7,6 Prozent entspricht. Bezogen auf die Ballungsraumsender fiel dieser Betrag mit 9,5 Prozent deutlich höher aus.²²⁹

²²⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

²²⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 45 f.

Lokal-TV-Standort	Angesetzter Sekundenpreis	RTL-Zuschauerreichweite 20:00 – 22:30 Uhr in Tsd. gerundet	Zuweisung in Euro pro Jahr
Allgäu	10,2	20	131.111
Amberg/Weiden	7,7	20	98.333
Aschaffenburg	7,7	10	98.333
Augsburg	15,3	25	196.667
Deggendorf	7,7	10	98.333
Ingolstadt	7,7	15	98.333
Landshut	7,7	10	98.333
München	30,7	65	393.333
Nürnberg	23,0	60	295.000
Oberfranken	15,3	35	196.667
Passau	7,7	10	98.333
Regensburg	10,2	25	131.111
Rosenheim/Schnaitsee	15,3	35	196.667
Schweinfurt	7,7	20	98.333
Würzburg	10,2	15	131.111
Gesamt	184,1	375	2.360.000

Quelle: BLM

Tabelle 14: Zuweisung der Ablösesumme Abendwerbeschiene RTL, Stand: 2005²³⁰

Den Finanzierungsbeitrag hatten laut damaliger Fernsehsatzung in Bayern alle Anbieter bundesweiter Fernsehprogramme, unabhängig von der Art ihrer Verbreitung, ab einem nationalen Zuschauermarktanteil von 6 Prozent zu entrichten. Diese Grenze von 6 Prozent war dabei so gewählt, dass die Sender Sat.1, RTL und damals noch ProSieben von diesem Finanzierungsbeitrag betroffen waren.²³¹

Bundesweiter Zuschauermarktanteil	Betrag pro technisch erreichtem Haushalt in Bayern
6 % >< 10 %	17 Cent
10 % >< 14 %	25 Cent
> 14 %	33 Cent

Quelle: Richtlinie zur Erhebung und Verteilung des Finanzierungsbeitrags für Fernsehfensterprogramme in Bayern nach der Fernsehsatzung, zuletzt geändert durch Richtlinie v. 27.05.04

Tabelle 15: Finanzierungsbeitrag nationaler Privatsender für lokale Fensterprogramme pro Haushalt²³²

Am 1. April 2005 trat allerdings der 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft. Mit dieser Gesetzesänderung waren dann nur noch diejenigen Sender zur Finanzierung

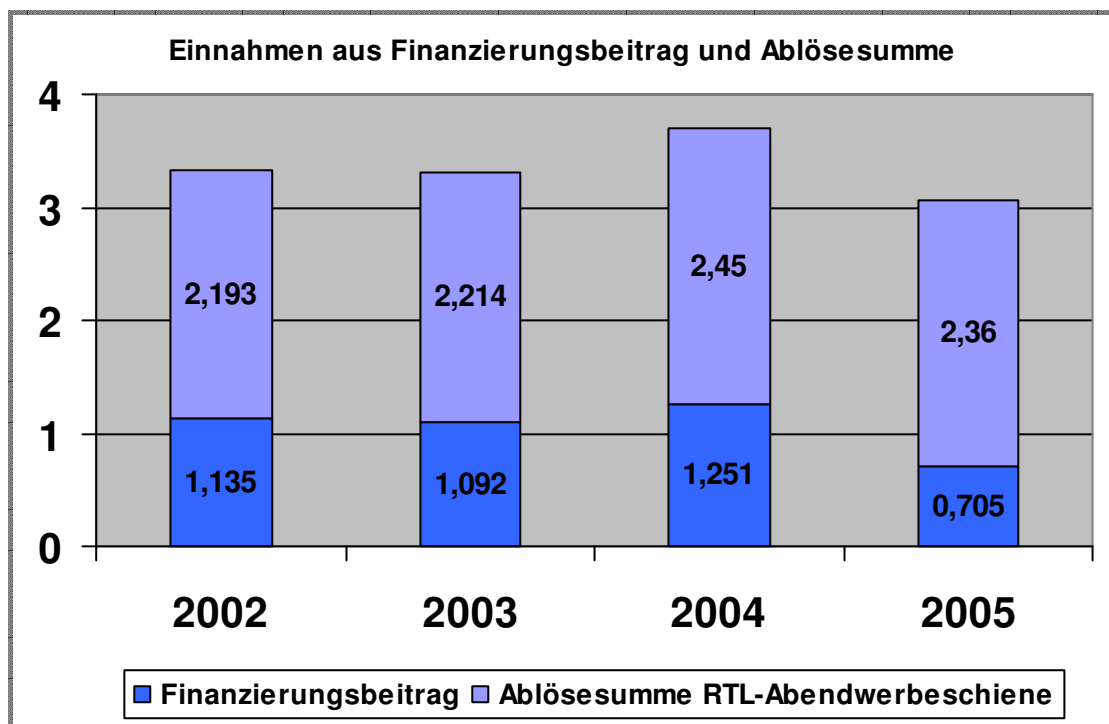
²³⁰Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 46

²³¹Vgl. Ebd., S. 47

²³²Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 47

der Fensterprogramme verpflichtet, die auch selbst ein Fensterprogramm ausstrahlten bzw. in ihr Programm mit aufnahmen. Infolgedessen musste ProSieben am 01.04.05 aus der Zahlungspflicht entlassen werden, was dazu führte, dass die Einnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag noch im selben Jahr um rund 400.000 Euro zurückgingen. Außerdem rutschte in 2004 der Zuschauermarktanteil von RTL unter die 14-Prozent-Marke, was den RTL -Beitrag von 33 Cent auf 25 Cent pro Haushalt reduzierte. Insgesamt haben sich die Gesamteinnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag in 2005 gegenüber dem Vorjahr um fast die Hälfte verringert.

Um diese Verluste wieder auszugleichen, wurden anschließend in der damaligen Fernsehsetzung und der Finanzierungsbeitragsrichtlinie Pauschalbeträge für RTL und Sat.1 festgelegt, die nicht mehr an Zuschauermarktanteile gebunden waren. Bis 2010 zahlten RTL und Sat.1 jeweils 50 Cent je technisch erreichten Haushalt. Ab 2007 stieg der Finanzierungsbeitrag dadurch wieder auf rund 1,2 Millionen Euro pro Jahr.²³³



Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

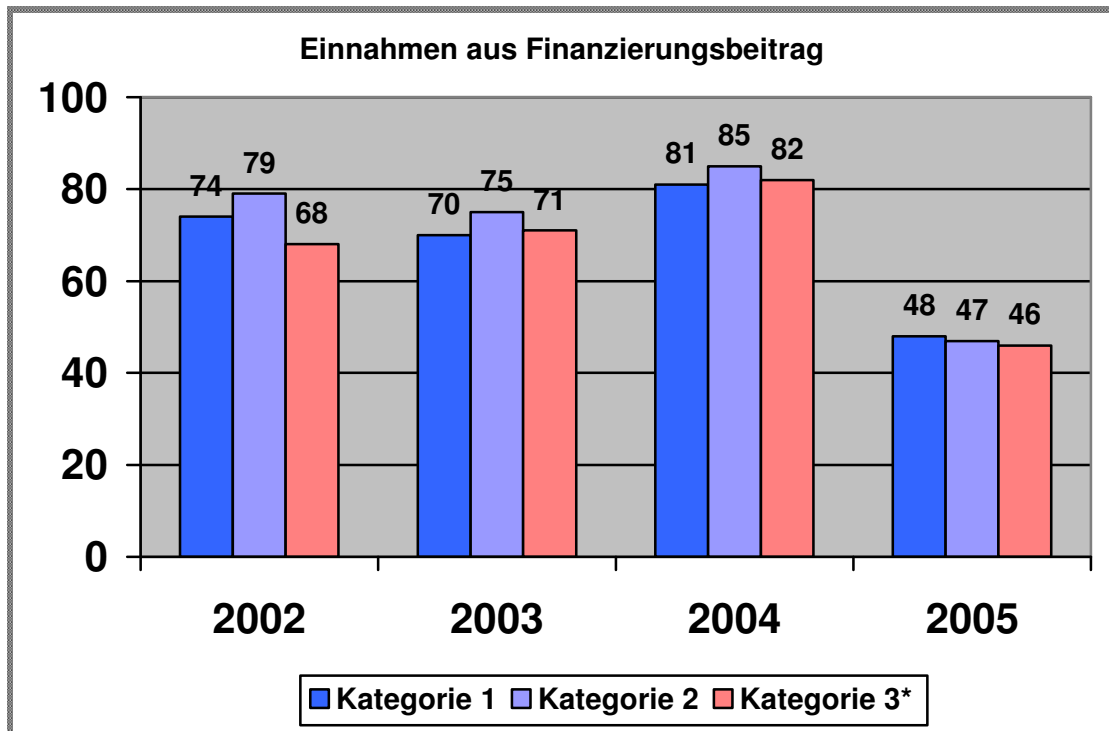
Abbildung 27: Einnahmen der 15 aktiven Lokalsender aus Ablösesumme und Finanzierungsbeitrag in Mio. Euro, Stand: 2005²³⁴

Bei der Verteilung der Gelder aus dem Finanzierungsbeitrag auf die einzelnen Lokalsender richtete sich der Betrag nach dem Umfang der wöchentlich regelmäßig im RTL-

²³³Vgl. Ebd., S. 47 f.

²³⁴Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 48

Fenster ausgestrahlten Sendeminuten, jedoch ohne Gewichtung nach Reichweite der Sender. Somit erhielt ein Sender der Kategorie 1 einen ähnlich großen Anteil wie ein Sender der Kategorie 3. In der Summe stellten Abendwerbeschiene und Finanzierungsbeitrag in der Kategorie 1 insgesamt 3,5 Prozent der Gesamteinnahmen, in Kategorie 2 2,5 Prozent und in Kategorie 3 1,3 Prozent dar. Dabei muss aber beachtet werden, dass die Fördergelder aus dem Finanzierungsbeitrag zweckgebunden sind und von den Lokalsendern nur für Personalkosten, also Gehälter, Honorare und Weiterbildungen sowie Investitionen in Produktionstechnik verwendet werden durften.²³⁵



Kategorien nach technischer Reichweite: Kat. 1 < 100 Tsd. HH / Kat. 2 ≥ 100 Tsd. < 300 Tsd. HH / Kat. 3 300 Tsd. HH (München und Nürnberg)

* Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen der Ballungsraum-TV-Sender und RTL-Fenster in München und Nürnberg wurden zusammengerechnet und durch zwei geteilt. Der in 2002 noch aktive Sender TV Franken wurde für das Jahr 2002 nicht mit eingerechnet. Ab 2003 erhielt RTL Franken Life TV die Genehmigung für das lokale Kabelprogramm Franken TV. Der Sender tv.münchen stellte Mitte 2005 den Sendebetrieb ein. Kurz darauf wurde er unter dem Namen münchen.tv neu gegründet.

Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 28: Durchschnittliche Einnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag nach Kategorien in Tsd. Euro²³⁶

In 2005 erhielten die lokalen TV-Stationen rund 3.000.000 Euro insgesamt aus dem Finanzierungsbeitrag und der Ablösesumme aus der Abendwerbeschiene bei RTL. Seit

²³⁵Vgl. Ebd., S. 48 f.

²³⁶Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 49

2010 werden diese Beträge zusammen ausgewiesen. In 2011 betrug die Summe kumuliert durchschnittlich pro Sender rund 200.000 Euro²³⁷. Multipliziert mit 15²³⁸ ergibt das ebenfalls 3.000.000 Euro. Die Einnahmen haben sich hier also nicht verändert und blieben konstant. In 2012 hat sich der Betrag sogar noch um 373 Tsd. Euro erhöht.

6.3.2.5. Förderung

In Bayern trug von 1986 bis einschließlich 2007 das Teilnehmerentgelt zur Förderung des lokalen Fernsehens bei. Dabei handelte es sich bei genauer Betrachtung zuletzt um eine Abgabe der Kabelnetzbetreiber an die BLM. Das Teilnehmerentgelt wurde aber nur bei denjenigen bayerischen Kabelnetzbetreibern erhoben, die ein gefördertes Regional- oder Lokalfernsehprogramm einspeisten. Den Betrag schlugen die Netzbetreiber wiederum auf die monatliche Kabelgebühr auf. Insofern bezahlten indirekt die Kabelfernsehhaushalte das Entgelt.

Einerseits wurden mit dem Teilnehmerentgelt die Leitungskosten finanziert, die für die Signalzuführung und –einspeisung der Lokalprogramme in die Kabelnetze entstanden. Andererseits profitierte dadurch auch die Programmproduktion der lokalen Anbieter. Außerdem wurde das Teilnehmerentgelt zur Finanzierung technischer Innovationen im Rahmen der digitalen Programmdistribution genutzt.

Allerdings sollte die finanzielle Belastung der Kabelfernsehhaushalte auf Dauer reduziert werden. Eine Reihe gesetzlicher Reformen folgte. Ursprünglich ging der Gesetzgeber davon aus, dass die Lokalsender unter Beibehaltung des Finanzierungsbeitrages und der Ablösesumme bis 2002 in der Lage wären, sich aus eigener Kraft zu finanzieren. Die Prognos AG führte deswegen im Jahr 2001 eine Überprüfung der finanziellen Situation der bayerischen Lokal- und Regionalsender durch. Das Ergebnis ergab jedoch, dass eine kostendeckende Finanzierung der Sender ohne Unterstützung durch das Teilnehmerentgelt ab 2003 unrealistisch erschien. Immerhin stellte das Teilnehmerentgelt Ende 2000 immerhin noch 34 Prozent des Gesamtumsatzes der bayerischen Lokalsender der Kategorie 1 und 2 dar. Die Einstellung der Förderung hätte also zu erheblichen Verlusten bei den Lokalsendern geführt.

Die Prognos AG prognostizierte bei zunehmender Reichweite in digitalen Satellitenhaushalten steigende Werbeeinnahmen. Der zusätzliche Finanzierungsbedarf der Sender sollte sich deshalb ab 2002 deutlich verringern. Der Gesetzgeber legte auf Grund der Einschätzung der Prognos AG deswegen ein Absenken der Mittel im BayMG fest.²³⁹

²³⁷Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²³⁸Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

²³⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 49 ff.

Zeitraum	Höhe des Teilnehmerentgelts je Wohneinheit und Monat
01.01.2000 – 31.12.2001	2,00 DM bzw. 1,02 Euro
01.01.2002 – 31.12.2002	1,00 Euro
01.01.2003 – 31.12.2004	0,60 Euro
01.01.2005 – 31.12.2006	0,45 Euro
01.01.2007 – 31.12.2008	0,30 Euro

Quelle: BLM

Tabelle 16: Abstufung des Teilnehmerentgelts pro Kabelhaushalt im Lokal-TV-Empfangsgebiet²⁴⁰

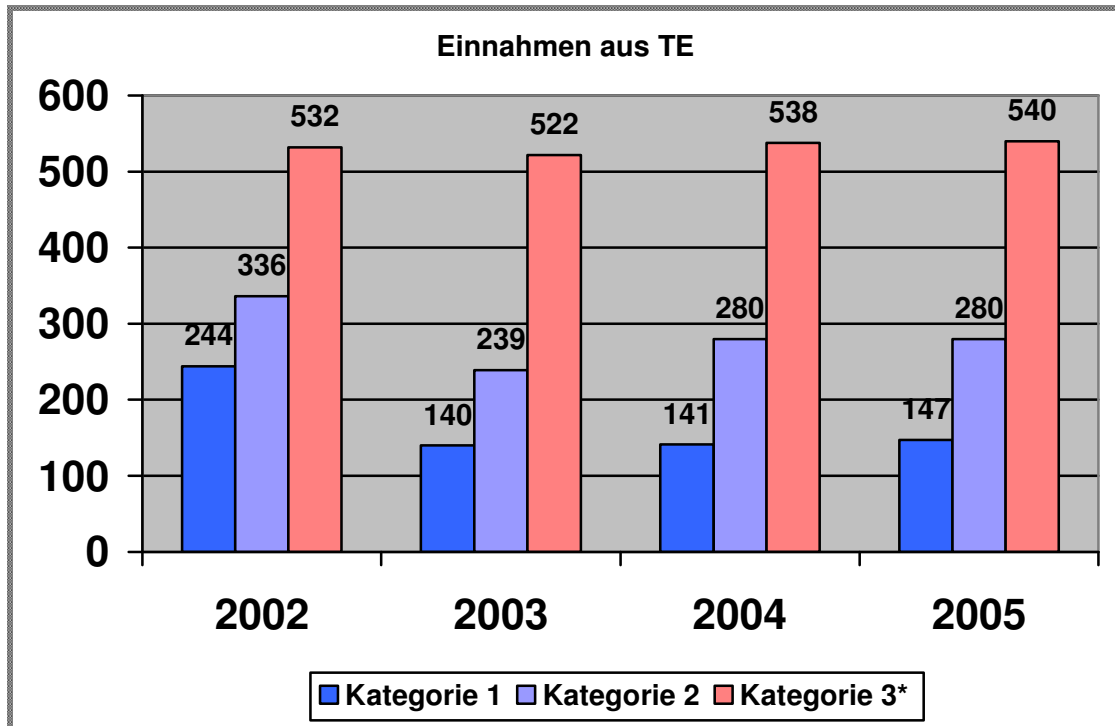
Die BLM hatte daraufhin für das stufenweise Absenken der Mittel eine Strategie zur weiteren Verteilung der Mittel entwickelt. Wie bisher sollten vornehmlich die Leitungskosten bedient werden, die für die analoge Kabelnetzverbreitung entstanden. Außerdem war die Finanzierung weiterer Pilotprojekte angedacht, also vor allem die digitale Satellitenverbreitung der Programme sowie kleinere Piloten im Bereich DVB-T. Die übrigen Mittel wären der Subventionierung der Programmproduktion vorbehalten gewesen.

Die sukzessive Reduzierung des Teilnehmerentgelts führte allerdings dazu, dass die Mittel für die Programmförderung bereits in 2003 um fast 40 Prozent gekürzt werden mussten. In der Kategorie 1 sanken deshalb die Einnahmen um durchschnittlich 100.00 Euro. Weitere Gründe dafür waren unter anderem auch die niedrigen Gesamteinnahmen und die steigenden Kosten für das DVB-S-Projekt. Viele Lokalsender reagierten auf diese Einnahmeausfälle in 2003 mit erheblichen Personalkürzungen.

Rückwirkend konnte die BLM in 2004 und 2005 jedoch aber auf rechtlichem Weg durchsetzen, dass einige Kabelnetzbetreiber, die bislang kein Teilnehmerentgelt entrichtet hatten, nachträglich zur Zahlung verpflichtet wurden. Durch diese Mehreinnahmen konnte letztendlich die Programmförderung auf dem Niveau von 2003 gehalten werden.²⁴¹

²⁴⁰Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 51

²⁴¹Siehe dazu auch PFL und BayMG



Kategorien nach technischer Reichweite: Kat. 1 < 100 Tsd. HH / Kat. 2 \geq 100 Tsd. < 300 Tsd. HH / Kat. 3 300 Tsd. HH (München und Nürnberg)

* Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen der Ballungsraum-TV-Sender und RTL-Fenster in München und Nürnberg wurden zusammengerechnet und durch zwei geteilt. Der in 2002 noch aktive Sender TV Franken wurde für das Jahr 2002 nicht mit eingerechnet. Ab 2003 erhielt RTL Franken Life TV die Genehmigung für das lokale Kabelprogramm Franken TV. Der Sender tv.münchen stellte Mitte 2005 den Sendebetrieb ein. Kurz darauf wurde er unter dem Namen münchen.tv neu gegründet.

Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 - 2006

Abbildung 29: Durchschnittliche Einnahmen aus dem Teilnehmerentgelt nach Kategorien in Tsd. Euro²⁴²

Die tatsächlichen Einnahmen der Lokal-TV-Stationen aus Fördermitteln betrugen in 2005 insgesamt 4.055.000 Euro (= 147 Tsd. x 5 + 280 Tsd. x 8 + 540 Tsd. x 2). Im Vergleich: In 2011 belief sich diese Summe auf 4.050.000 Euro (= 270 Tsd.²⁴³ x 15²⁴⁴). Trotz gestiegener Kosten hat sich die Höhe der Fördermittel innerhalb von 6 Jahren nicht verändert. Das erklärt auch das wesentlich schlechtere Betriebsergebnis der Sender in 2011.

²⁴²Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 53

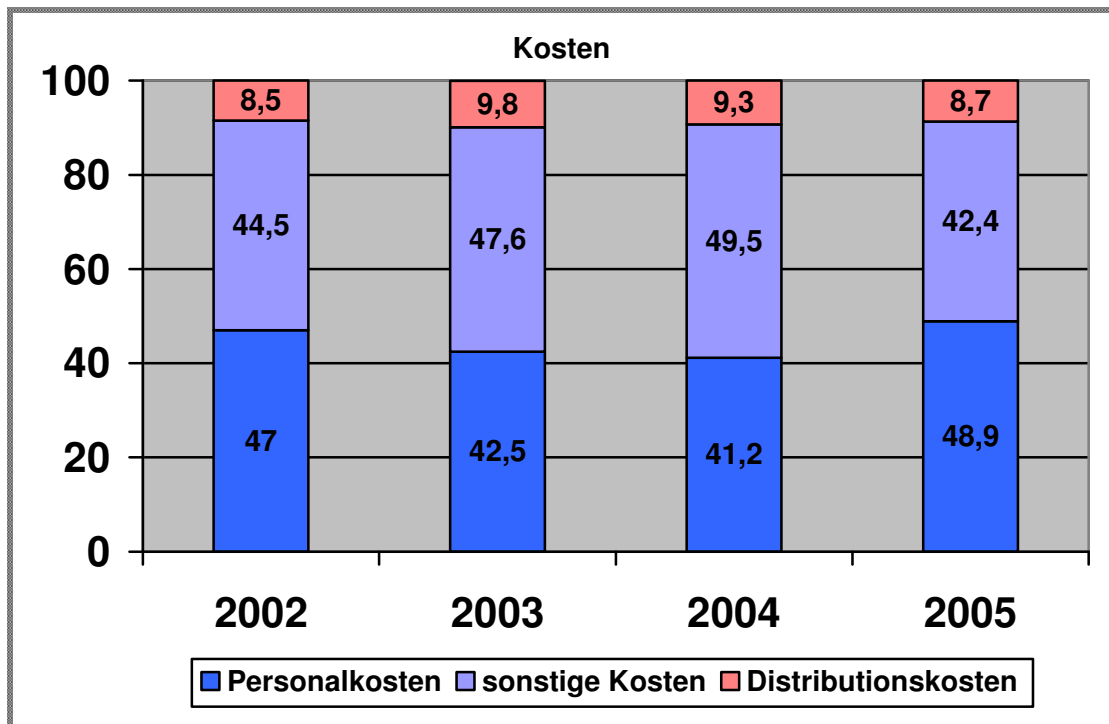
²⁴³Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²⁴⁴ ²⁴⁴ Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

6.3.3 Kostenentwicklung

Eine Analyse der Kostenstruktur der bayerischen Lokalsender macht erwartungsgemäß deutlich, dass bei den Sendern der Kategorie 1 und 2 die Personalkosten den größten Anteil der Gesamtkosten bilden. Nach durchgeführten Einsparmaßnahmen wurde in 2004 wieder neues Personal eingestellt, während die übrigen Kosten auf dem bestehenden niedrigen Niveau gehalten werden konnten. Bei den Ballungsraumsendern hingegen überwogen die sonstigen Kosten.

Die BLM konnte des Weiteren vermehrt die Kosten für die Signalzuführung durch den Einsatz günstigerer Technik senken. Dementsprechend verringerten sich die Distributionskosten für die Signalzuführung zu den Kabelkopfstationen und die Einspeisung der Signale in die Kabelnetze. Dieser Anteil umfasste etwa 10 Prozent in den ersten beiden Kategorien. Bei den Ballungsraumsendern sind die Personal- und sonstigen Kosten deutlich höher. Die Distributionskosten stellen deswegen nur etwa 3 Prozent der Gesamtkosten dar.



Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 – 2006

Abbildung 30: Gesamtverteilung der Kosten im lokalen Fernsehmarkt in Prozent²⁴⁵²⁴⁶

6.3.3.1. Technikkosten

„Die Entwicklung der jeweiligen Versorgungskonzepte basiert je nach Programmauftrag in der Regel auf der Prämisse >so regional wie möglich, so zentral wie notwendig< sowie auf dem Prinzip >möglichst viele Programmangebote für möglichst viele Einwohner bei möglichst niedrigen Kosten< zu transportieren.“²⁴⁷

Bei den Technikkosten wird einerseits unterschieden zwischen den *technischen Kosten* für die Programmdistribution, die unter die sonstigen Kosten fallen, und andererseits den Kosten für die Programmdistribution. Letztere wurden größtenteils über das Teilnehmerentgelt (heute durch die staatliche Förderung) finanziert sowie teilweise aus der BLM-Technikförderung.²⁴⁸

²⁴⁵In der Darstellung der Distributionskosten sind die Kosten für die Ausstrahlung der Lokalprogramme via DVB-S, DVB-T und DMB nicht berücksichtigt.

²⁴⁶Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 55

²⁴⁷BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 32

²⁴⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 57

Kostenposition	Kosten pro Jahr in Mio. Euro
Finanzierung durch Teilnehmerentgelt	
Leitungskosten für die (digitale) Signalzuführung zu den Kopfstationen	1,890
Schaltungskosten für die Lokal-Fenster auf dem analogen RTL-Kanal	0,260
Analoge Kabelnetzeinspeisung	0,490
Kosten für die DVB-S-Verbreitung	1,800
Finanzierung über die BLM-Technikförderung	
ATM-Leitungen für die Programmmzusammenstellung der 4 Satellitenkooperationsgemeinschaften und der Übertragung der Gemeinschaftsprogramme nach Unterföhring zum Playout-Center von Astra (APS)	0,300
Gesamt	4,740

Quelle: BLM

Tabelle 17: Kosten für die Programmdistribution der bayerischen Lokalprogramme 2006²⁴⁹

Dort, wo es also sinnvoll war, konnte die BLM günstigere Leitungen als die teureren TV-Festverbindungen von der „T-Systems“ anmieten. Dadurch war es möglich, die Kosten für die Signalzuführung, also die Leitungskosten zu den 45 Kopfstationen in 2005 deutlich zu senken. Insgesamt ließ sich so der Betrag für Leitungskosten, Fens-terschaltung und Kabeleinspeisung von 3,4 Millionen Euro auf 2,6 Millionen Euro redu-zieren.

Außerdem wurde mit ASTRA für die digitale Satellitenübertragung eine Sonderverein-barung getroffen. Zum damaligen Zeitpunkt standen für die Übertragung aller Lokal-programme vier Satellitenkanäle zur Verfügung. Doch statt jeweils einen 24-Stunden-Kanal anzumieten, einigte man sich darauf, dass die Lokalsender in der Prime-Time von 18:00 bis 24:00 Uhr senden sollten. Die übrige Zeit konnte ASTRA dann selbst weiter vermarkten. Auf diese Weise gelang es, die Kosten auch hier von 2,5 Millionen Euro auf 1,8 Millionen Euro zu reduzieren.

Die Kosten für die ATM-Leitungen übernahm die BLM im Rahmen der Technikförde-rung komplett. In den Kategorien 1 und 2 machte der Anteil der Distributionskosten an den Gesamtkosten rund 10 Prozent aus.²⁵⁰

In 2011 beliefen sich die Technikkosten je Sender durchschnittlich auf 230.000 Euro, was ca. 33 Prozent an den Gesamtkosten ausmacht. Insgesamt haben sich die Tech-

²⁴⁹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 57

²⁵⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 58

nikkosten in Höhe von 3.450.000 Euro (= 230 Tsd.²⁵¹ x 15²⁵²) im Vergleich zu 2006 (= 4.740.000 Euro) letztes Jahr um 1.290.000 Euro reduziert.

6.3.3.2. Personalkosten

Die Lokalsender der Kategorien 1 und 2 haben, wie erwähnt, in 2003 auf Grund der niedrigeren Einnahmen aus dem Teilnehmerentgelt Personalkürzungen in Höhe von 10 bis 15 Prozent vorgenommen. Auch Ende 2005 unterschritt die Zahl der Beschäftigten noch immer deutlich den Stand von 2002. Bei den Sendern der Kategorie 2 lag die Zahl ebenfalls noch darunter, nähert sich dem Niveau von 2002 aber schon wieder stark an. Betrachtet man die Personalkostenentwicklung von 2002 bis 2005 kann festgestellt werden, dass durch die Einstellung neuer Mitarbeiter und einer Teuerungsrate von jährlich ca. 1 bis 2 Prozent diese Kosten in der Kategorie 1 um 2,8 Prozent und in der Kategorie 2 um durchschnittlich 4,3 Prozent gestiegen sind. In der Kategorie 3 sanken die Personalkosten im Verlauf kontinuierlich. Erst in 2005 gab es hier durch die Kirch-Insolvenz bei tv.münchen deutliche Einbrüche.

In der Kategorie 1 waren in 2005 durchschnittlich 21 festangestellte Mitarbeiter und Auszubildende beschäftigt sowie 7 freie Mitarbeiter und Praktikanten. Die Personalkosten lagen damit bei insgesamt 643.000 Euro. In 2002 waren noch 8 Angestellte mehr beschäftigt.

Die Personalkosten in der Kategorie 2 beliefen sich in 2005 auf 912.400 Euro bei durchschnittlich 28 fest angestellten Mitarbeitern und Azubis sowie 14 freien Mitarbeitern und Praktikanten. Damit waren in 2005 nur 2 Personen weniger beschäftigt als in 2002.

In der Kategorie 3 betrug 2005 die Zahl der Beschäftigten durchschnittlich 44 festangestellte Mitarbeiter und Azubis sowie 13 freie Mitarbeiter und Praktikanten. Dies verursachte Personalkosten in Höhe von 1.968.000 Euro. In 2002 fielen noch durchschnittliche Personalkosten in Höhe von 4.215.000 Euro bei insgesamt 89 angestellten Personen an.

Goldmedia kam in ihrer Studie zu dem Schluss, dass bei einer Betrachtung des durchschnittlichen Monatsgehalts der bei bayerischen Lokalsendern beschäftigten Personen deren Durchschnittslöhne über den Durchschnittsgehältern liegen, die laut Tarifvertrag an Arbeitnehmer/innen der technischen Betriebe für Film und Fernsehen gezahlt werden müssen. Dabei sei allerdings zu berücksichtigen, dass die Lokalsender auch qualifizierte Redakteure entlohnen müssten, die laut Journalistentarifvertrag deutlich höhere

²⁵¹Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²⁵² ²⁵² Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

Gehälter beziehen, wobei das Anfangsgehalt eines Journalisten der Gehaltsgruppe II im ersten und zweiten Berufsjahr (siehe nachfolgende Tabelle) entsprach.²⁵³

Gehaltstabelle 2005 lt. Tarifvertrag	
Journalisten / Redakteure	
Volontärinnen und Volontäre	
Vor vollendetem 22. Lebensjahr im 1. Ausbildungsjahr	1.484
Nach vollendetem 22. Lebensjahr	
Im 1. Ausbildungsjahr	1.646
Im 2. Ausbildungsjahr	1.907
Gehaltsgruppe II	
Im 1. + 2. Berufsjahr	2.801
Im 3. + 4. Berufsjahr	3.250
Im 5. + 6. Berufsjahr	3.548
Gehaltsgruppe III	
Im 7. + 10. Berufsjahr	3.900
Im 11. + 14. Berufsjahr	4.126
Im 15. + 19. Berufsjahr	4.399
Im 20. + 25. Berufsjahr	4.446
Arbeitnehmerinnen u. Arbeitnehmer der techn. Betriebe für Film u. Fernsehen	
Ausbildungsvergütung	
1. Ausbildungsjahr	515,50
2. Ausbildungsjahr	601,00
3. Ausbildungsjahr	686,50
4. Ausbildungsjahr	771,50
Durchschnittsgehälter der Gehaltsgruppen 1 – 6	
Gruppe 1	1.469
Gruppe 2	1.764
Gruppe 3	2.097
Gruppe 4	2.498
Gruppe 5	2.785
Gruppe 6	3.113
Durchschnitt gesamt Gehaltsgruppe 1 - 6	1.824

Quelle: DJU und connexx

Tabelle 18: Tariflich festgelegte Monatsgehälter im Medienbereich in Euro, Stand: 2005²⁵⁴

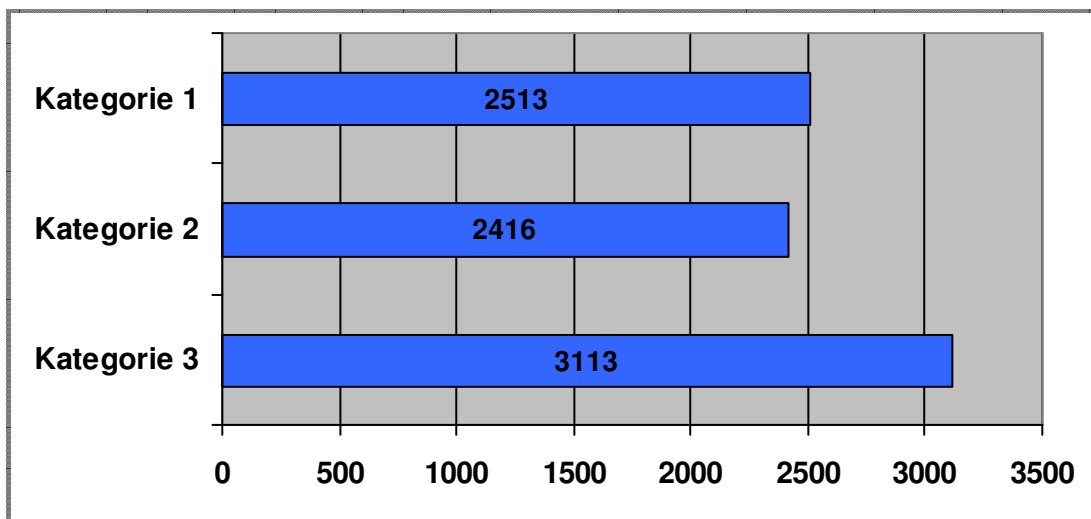
In 2005 stellte sich zudem heraus, dass bei einem Vergleich der durchschnittlichen Zahl der Mitarbeiter bayerischer Lokalsender mit denen von außerbayerischen Lokalsendern, die über eine ähnliche technische Reichweite verfügten sowie ebenfalls ein

²⁵³Vgl. Ebd., 59 ff.

²⁵⁴Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 62

tagesaktuelles Nachrichtenprogramm produzierten, die bayerischen Anbieter trotz Krise im Schnitt fünf bis sechs Mitarbeiter mehr beschäftigten.²⁵⁵

Aktuell stellt sich die Situation jedoch ein bisschen anders dar. Als Ergebnis der ausgewerteten Fragebögen, die an alle 16 Lokalstationen ausgegeben wurden, sagten 50 Prozent der Befragten aus, ihre Mitarbeiter würden aktuell durchschnittlich weniger verdienen als branchenüblich. Die anderen 50 Prozent gaben an, ihre Mitarbeiter würden im Durchschnitt dem Tarifvertrag entsprechend verdienen. Keiner führte jedoch an, die Mitarbeiter würden mit ihren Gehältern über dem üblichen Verdienst liegen.²⁵⁶



Quelle: Goldmedia-Analyse20 auf Basis AKM/BLM-Zahlen 2006

Abbildung 31: Durchschnittliches Monatsgehalt (Arbeitnehmerbrutto) im Lokalfernsehen nach Kategorien in Euro, Stand: 2006²⁵⁷

Die Personalkosten lagen in 2011 bei durchschnittlich rund 1.000.000 Euro pro Sender²⁵⁸. Dies entspricht etwa 50 Prozent der Gesamtkosten. In 2005 trugen die Personalkosten mit 48,9 Prozent zu den Gesamtkosten bei. Im Verhältnis gesehen, hat sich dieser Posten insgesamt also nicht signifikant verändert.

6.3.3.3. sonstige Kosten

Die sonstigen Kosten sind von 2003 bis 2005 in der Kategorie 1 leicht gestiegen. In der Kategorie 2 verzeichneten sie dagegen kleine Schwankungen. Insgesamt fielen die

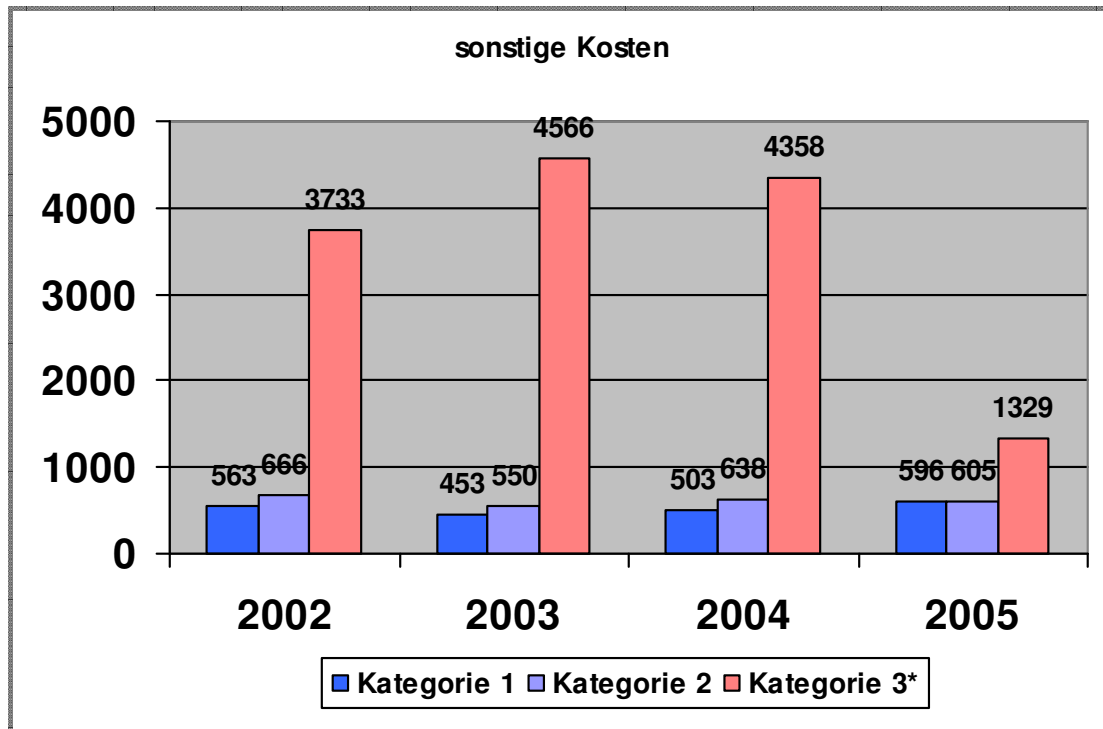
²⁵⁵Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 62

²⁵⁶Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²⁵⁷Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 61

²⁵⁸Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

sonstigen Kosten bei den Sendern der Kategorien 1 und 2 jedoch fast genauso hoch aus wie die Personalkosten. Steuern und Abschreibungen sind in den sonstigen Kosten nicht enthalten. Bei den Ballungsraumsendern zeigen die sonstigen Kosten seit 2003 eine sinkende Tendenz. In 2005 ist die Reduktion der sonstigen Kosten von 4.358.000 Euro in 2004 auf 1.329.000 Euro durch die Kirch-Insolvenz zu erklären.²⁵⁹



Kategorien nach technischer Reichweite: Kat. 1 < 100 Tsd. HH / Kat. 2 ≥ 100 Tsd. < 300 Tsd. HH / Kat. 3 300 Tsd. HH (München und Nürnberg)

* Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen der Ballungsraum-TV-Sender und RTL-Fenster in München und Nürnberg wurden zusammengerechnet und durch zwei geteilt. Der in 2002 noch aktive Sender TV Franken wurde für das Jahr 2002 nicht mit eingerechnet. Ab 2003 erhielt RTL Franken Life TV die Genehmigung für das lokale Kabelprogramm Franken TV. Der Sender tv.münchen stellte Mitte 2005 den Sendebetrieb ein. Kurz darauf wurde er unter dem Namen münchen.tv neu gegründet.

Quelle: AKM/BLM-Zahlen 2002 – 2006

Abbildung 32: Durchschnittliche sonstige Kosten nach Kategorien in Tsd. Euro²⁶⁰

Insgesamt machten die Mietkosten ca. 1/4 bis 1/5 der sonstigen Kosten aus. Goldmedia führte im Rahmen der Studie auch Gespräche mit den Anbietern vor Ort. Dabei stellte sich heraus, dass fast alle Lokalsender in verhältnismäßig kleinen Räumlichkeiten ohne große Verkehrsfläche operieren. Die gemieteten Flächen lägen vielfach unter 1.000 qm und der Mietpreis pro qm betrüge in der Regel weniger als 10 Euro. Zu den übrigen sonstigen Kosten zählen vor allem Ausgaben für Mietnebenkosten, Fuhrpark,

²⁵⁹Vgl. Ebd., S. 63

²⁶⁰Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 63

Bürokommunikation, Versicherungen, Marketing, technisches Equipment und Verbrauchsmaterial. In den Ballungsräumen müssen die Kosten für die DVB-T-Verbreitung dazu addiert werden.²⁶¹

In 2005 beliefen sich die sonstigen Kosten auf insgesamt 10.478.000 Euro (= 596 Tsd. x 5 + 605 Tsd. x 8 + 1.329 x 2). Die sonstigen Kosten in 2011 machten insgesamt rund 7.500.000 Euro (= 500²⁶² Tsd. x 15²⁶³) aus, was ca. 17 Prozent der Gesamtkosten entspricht. Dieser Posten konnte in 2011 also gegenüber 2005 um fast 3.000.000 Euro gesenkt werden.

6.3.4 Zwischenfazit

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich die wirtschaftliche Situation der bayerischen Lokalsender in 2011 gegenüber 2005 deutlich verschlechtert hat. Während die Fördermittel und die Einnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag und der Ablösesumme in der Höhe annähernd gleich geblieben sind, sanken die Werbeeinnahmen. Die Einnahmen aus Auftragsproduktionen, Programmverkäufen und die sonstigen Einnahmen sind dagegen leicht gestiegen. Auf der Kostenseite blieben die Personalkosten dagegen gleich, während die Technikkosten und die sonstigen Kosten gesenkt werden konnten. In der Summe verschlechterte sich der Kostendeckungsgrad jedoch um rund 10 Prozent.

Bei der Auswertung der Fragebögen stellte sich zudem heraus, dass 71,43 Prozent der Anbieter in 2011 negative Betriebsergebnisse erwirtschafteten. 85,71 Prozent der Befragten gaben an, dass es nicht möglich war, Rücklagen zu bilden. Würde die staatliche Förderung zum 31.12.2012 eingestellt, prognostizierten 37,5 Prozent der Befragten, sie könnten den Sendebetrieb danach höchstens 6 bis 12 Monate lang aufrechterhalten. 25 Prozent der Anbieter sagten, sie müssten ihren Sendebetrieb in diesem Falle sofort einstellen. Die restlichen 37,5 Prozent konnten keine Voraussage abgeben.²⁶⁴

²⁶¹Vgl. Ebd., S. 63

²⁶²Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

²⁶³Goldmedia bezog bei ihren Berechnungen nur 15 Sender mit ein. Um ein vergleichbares Ergebnis erhalten zu können, wird deshalb hier ebenfalls nur mit 15 multipliziert.

²⁶⁴Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

6.4 Bisher ergriffene Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit

Am 04.07.2001 wurde der Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern, der die wesentlichen Inhalte des Prognos-Gutachtens vom April 2001 zusammenfasste, an den Bayerischen Landtag übergeben. Der Bericht enthielt ebenfalls eine Stellungnahme der Staatsregierung zu den Erwartungen des Gesetzgebers hinsichtlich weiterer Entwicklungen des Lokalfernsehens. Dabei handelte es sich um Vorschläge zu verschiedenen Maßnahmen, die die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Lokalfernsehens ohne zusätzliche Mittel aus dem Teilnehmerentgelt zukünftig gewährleisten sollten. Konkretisiert lassen sich diese Maßnahmen dahingehend zusammenfassen:

- eine Optimierung der Struktur der Verbreitungsgebiete,
- den Abbau von Doppelgenehmigungen,
- die verstärkte Kooperation der einzelnen Anbieter,
- den Ausbau der technischen Reichweite und die Reduktion der Verbreitungskosten durch die Ausstrahlung via DVB-S,
- den zusätzlichen Einsatz von Finanzmitteln durch die Landeszentrale und
- die Lockerung der gesetzlichen Werbebeschränkungen.

Würde jede dieser Maßnahmen umgesetzt, rechnete die Prognos AG damit, dass alle Lokalsender ab 2009 ohne die Unterstützung einer finanziellen Förderung auskämen. Dabei nahm sie an, dass sowohl die lokalen Werbeeinnahmen als auch die landesweit und national generierbaren Werbeeinnahmen durch eine entsprechende Vermarktungsstruktur weiter steigen würden. Auch durch die Verbreitung über Satellit sollte ein deutliches Werbewachstum erzielt werden. Gleichzeitig rechnete sie mit sinkenden Kosten, da erwartet wurde, dass die Kosten für die Kabelnetzverbreitung entfallen würden, weil für die Signalzuführung zu den Kabelkopfstationen die digital ausgestrahlten Gemeinschaftsprogramme genutzt werden könnten.²⁶⁵

²⁶⁵Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 67 f

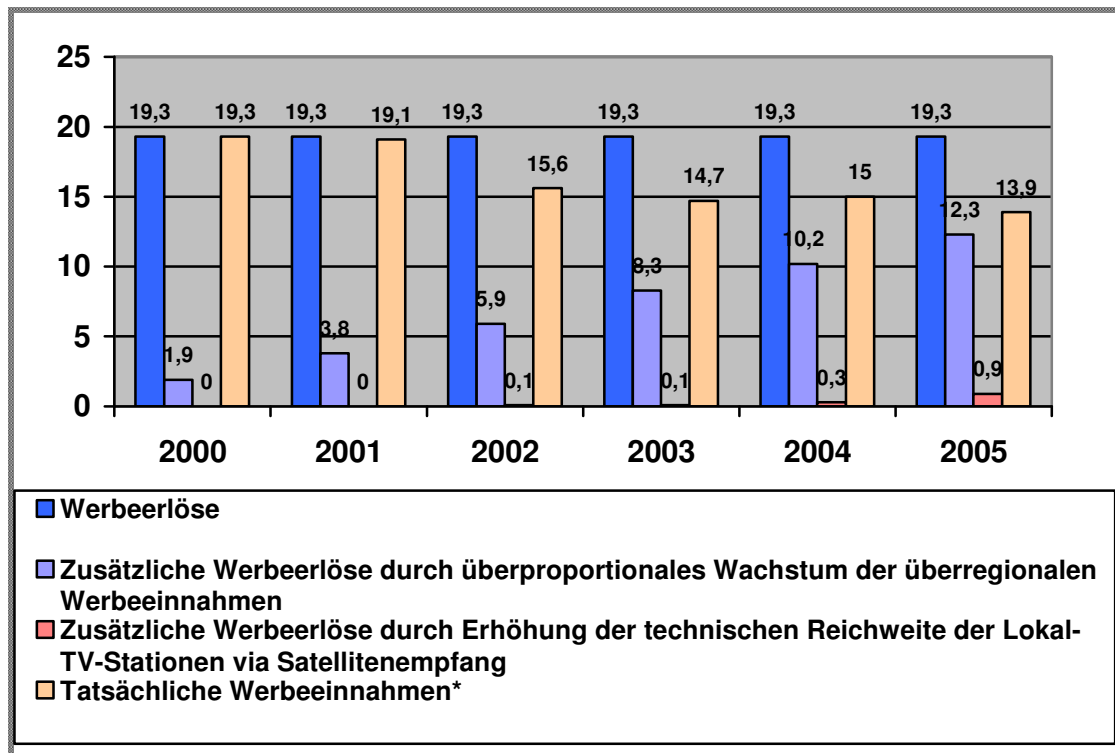
2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Verbreitungskosten Kabel in Mio. Euro								
4,6	3,6	2,6	1,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Verbreitungskosten digitaler Satellit in Mio. Euro								
6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1
Programmförderung in Mio. Euro								
5,1	4,6	4,1	3,1	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Zusätzliche Werbeeinnahmen in Mio. Euro								
0,0	0,1	0,3	0,9	1,8	3,2	5,1	7,3	10,0
Finanzierungsbedarf pro Jahr in Mio. Euro								
15,9	14,2	12,5	9,9	6,9	3,9	1,1	0 Überschuss 1,2	0 Über- schuss 3,8
Finanzierungsbedarf kumuliert in Mio. Euro								
15,9	30,1	42,5	52,4	59,3	63,2	64,2	63,0	59,2

Quelle: Prognos AG „Wirtschaftliche Situation des lokalen Fernsehens in Bayern – Status Quo und Perspektiven“

Tabelle 19: Prognos-Schätzung: Kosten und Finanzierungsbedarf der bayerischen Lokalsender von 2002 bis 2010, Stand: April 2001²⁶⁶

Die prognostizierte Steigerung der Werbeeinnahmen von 2002 bis 2005 trat aber nicht ein (siehe auch Kapitel 6.4.2.1). Stattdessen sind Letztere sogar noch gesunken.

²⁶⁶Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 68



*inkl. Der Werbeeinnahmen von Sendern, die in 2005 nicht mehr aktiv waren bzw. nicht mehr eigenständig vermarktet werden.

Quelle: BLM

Abbildung 33: Werbeerlöse der Prognos AG für das bayerische Lokalfernsehen in Mio. Euro²⁶⁷

Die BLM rechnet demnach ab 01.01.2013 mit Satellitenverbreitungskosten von ca. 10 Millionen Euro. Mit der dadurch verbundenen Steigerung der technischen Reichweite sollen sich auch die Werbeeinnahmen bis ca. Ende 2013 um insgesamt 8 Millionen Euro pro Jahr auf 22 Millionen Euro erhöhen. Die Verbreitungskosten im Kabel konnten jedoch nicht auf Null reduziert werden.²⁶⁸

Laut Geschäftsbericht der BLM aus 2010 entstanden für die Ausstrahlung lokaler und regionaler Angebote Kosten in Höhe von 4.911.000 Euro, die mit ca. 4.120.000 Euro aus dem bayerischen Staatshaushalt und dem Haushalt der BLM gefördert wurden. Die Differenz resultiert daraus, dass grundsätzlich nur die Verbreitungskosten gefördert werden, die für betraute Programmanteile anfallen, denn der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern selbst zu finanzieren. Die Ausgaben für die betrauten Anteile können aufgeschlüsselt werden in 1.369.000 Euro für die Heranführung der Fernsehprogramme an die Kabelkopfstationen, in 373.000 Euro für die Schaltkosten zur Kabelverbreitung der lokalen RTL-Fensterprogramme, davon 120.000 Euro für die Schaltzentrale und 253.000 Euro für die lokalen Schaltpunkte, des Weiter-

²⁶⁷Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 69

²⁶⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

ren 1.918.000 Euro für die digitale Satellitenverbreitung und 378.000 Euro für die ATM-Leitungsverbindungen, die für die Satellitenzuführung für die am DBV-S-Projekt beteiligten Lokalfernsehstationen notwendig sind.²⁶⁹

Nachfolgend soll analysiert werden, welche Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit bereits ergriffen wurden und aus welchen Gründen die Vorhersagen des Prognos-Gutachtens nicht eingetroffen sind.

6.4.1 Optimierung der Sendegebiete

Seit 2002 nimmt die BLM strukturelle Veränderung im lokalen Fernsehmarkt vor, um deren Voraussetzungen für einen wirtschaftlichen Betrieb zu verbessern. Mittlerweile ist dieser Prozess nahezu abgeschlossen.

Begonnen wurde damit, die Verbreitungsgebiete einzelner Anbieter zu vergrößern und gleichzeitig in Verbreitungsgebieten mit mehreren Lokalprogrammen darauf hinzuwirken, dass nur noch ein Hauptprogrammanbieter dort das Lokalfernsehen vermarkten darf. An einigen Standorten teilten sich beispielsweise verschiedene Anbieter den Betrieb von RTL-Fenster und lokalem Kabelkanal, sodass sie sich im lokalen Zuschauer- und Werbemarkt als Konkurrenten gegenüberstanden. Außerdem mussten in einzelnen Kabelnetzen zwei Lokalsender einen Kabelkanal gemeinsam belegen. Dies hatte zur Folge, dass sich diese Anbieter in Preiskämpfen gegenseitig unterbieten wollten. Dadurch war allerdings die Existenz beider Anbieter gefährdet. In 2001 gab es in Bayern noch 20 Anbieter mit lokalem Nachrichtenprogramm, aber nur 12 davon konnten eigenständig das lokale RTL-Fenster nutzen. Die BLM versuchte dieser Entwicklung daraufhin mit dem Abbau von Doppelgenehmigungen im gleichen Versorgungsgebiet entgegenzuwirken.²⁷⁰

Oberbayern

Im Raum Oberbayern, präziser den Landkreisen Rosenheim, Wasserburg, Traunstein und Bad Reichenhall hat die BLM die größte Sendegebietsreform vorgenommen. Ursprünglich waren dort gleichzeitig für die Kabelnetze, die von Schnaitsee aus mit rund 83.150 angeschlossenen Wohneinheiten versorgt wurden, sowie für das Breitbandkabelnetz Traunstein mit rund 21.300 angeschlossenen Wohneinheiten die drei umliegenden Lokalsender Regionalfernsehen Rosenheim (RFR), Inn-Salzach-Welle (ISW) und Chiemgau TV lizenziert. Diese drei Sender teilten sich sowohl den Kabelkanal als auch den Sendeplatz im RTL-Fenster. In einem ersten Schritt erreichte die BLM 2001,

²⁶⁹Vgl. BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 55

²⁷⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 69 f.

dass nur noch das RFR bzw. die ISW über die Netze von Schnaitsee eingespeist wurden und Chiemgau TV ausschließlich über das Traunsteiner Netz. Später, Ende 2003, entstand aus dem RFR dann das Regionalfernsehen Oberbayern (RFO), das seitdem alleine die Programme für die Landkreise Rosenheim, Mühldorf, Altötting, Traunstein und das Berchtesgadener Land produziert, sowie das RTL-Fenster und das lokale Fensterprogramm. Die ISW genehmigte die BLM als einen lokalen Spartenanbieter, der von da an gegen einen vertraglich festgelegten Festpreis pro produzierter Programmminute wöchentlich ein Lokalprogramm an das RFO liefert. Dafür darf die ISW am lokalen Werbemarkt nicht partizipieren. Chiemgau TV für Traunstein und Ruperti TV in Reichenhall wurden nicht weiter lizenziert bzw. die Genehmigungen widerrufen.²⁷¹

münchen.tv / RTL München Live

Mit der Insolvenz bei tv.münchen und der Neugründung von münchen.tv Anfang Juli 2005 konnte im Raum München ein weiterer Zusammenschluss von RTL-Fenster und Lokalanbieter erreicht werden. Neuer Betreiber des Ballungsraumsenders war interessanterweise auch die Gesellschaftergruppe, die zuvor schon das RTL-Lokalfenster RTL München Live produzierte. Mit der neuen Genehmigung wurde außerdem das Sendegebiet um die Räume Oberland und Freising erweitert. Der Lokalsender Freising im Bild verbreitete bis dahin eigenständig sein Programm über das lokale Kabelnetz in der Region Freising. Wie die ISW wurde auch er in einen lokalen Spartenanbieter umgewandelt. Freising im Bild produziert seitdem wöchentlich eine 15-minütige Sendung, die mittwochs ab 17:30 Uhr bei münchen.tv ausgestrahlt wird. Die Finanzierung übernimmt dabei münchen.tv.²⁷²

Franken TV / RTL Franken Life TV

Bis Ende 2002 produzierten im Raum Nürnberg, Fürth und Erlangen das RTL-Fenster sowie das lokale Kabelprogramm zwei unterschiedliche Anbieter. RTL Franken Life wurde beispielsweise von der TVF Fernsehen Programm GmbH (u. a. Oschmann Gruppe) erstellt. Für die Gestaltung des lokalen Kabelprogramms Franken Fernsehen zeichnete ein Medienunternehmen von Erlangen aus verantwortlich. Die beiden Programme machten sich allerdings Konkurrenz. Das RTL-Fensterprogramm dominierte den Markt, sodass Franken Fernsehen Ende 2002 wegen zu großer Verluste aufgeben musste. Bei der Vergabe einer neuen Genehmigung Ende November 2002 übernahm die Neue Welle Franken GmbH (Oschmann), die bereits zur Arbeitsgruppe des RTL-Fensters RTL Franken Life gehörte, das Kabelprogramm. Seit 2003 wurden das RTL-

²⁷¹Vgl. Ebd., S. 70

²⁷²Vgl. Ebd., S. 70 f.

Fenster und der Kabelkanal, der damals noch den Namen „Franken TV“ trug, aus einer Hand produziert. Seit 2004 ein weiterer kleiner Wettbewerber, der Mediendienst Franken Info TV, seinen Sendebetrieb einstellte, war TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH der einzige Lokalfernsehanbieter im Raum Nürnberg.²⁷³

Schweinfurt

In Schweinfurt stellte sich die Situation ähnlich dar. Das Kabelprogramm produzierte das TV1 Regionalfernsehen Schweinfurt und das RTL-Fenster die TV touring Schweinfurt. Somit standen sich auch hier zwei Wettbewerber im lokalen Fernsehmarkt gegenüber. Als für erstere 2003 die Genehmigung auslief, verfügte die BLM, dass von nun an der wirtschaftlich stärkere Anbieter, die TV touring Schweinfurt, die bereits in Würzburg und Aschaffenburg das Programm für das RTL-Fenster sowie das Kabelprogramm produzierte, auch in Schweinfurt die gesamte Produktion übernehmen sollte. Die TV1 Schweinfurt produziert seitdem zwei Mal in der Woche (Donnerstag und Sonntag um 19:30 Uhr) ein 26-minütiges Magazin mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten gegen Entgelt.²⁷⁴

Weitere

2006 existierte die Situation, dass das Kabelprogramm und das RTL-Fenster in Neumarkt/Weißenburg und Straubing von verschiedenen Anbietern betrieben wurden. Die Kabelverbreitungsgebiete benachbarter Lokalsender überschneiden sich dort an einigen Punkten, was vornehmlich an der Kabelstruktur der überregionalen Netzebene der Kabel Deutschland liegt. Die Kabelnetze entsprechen nicht immer den lizenzierten Versorgungsgebieten. Wollte man dies allerdings erreichen, wäre das nur mit sehr kostspieligen Einzellösungen möglich.

Beispielsweise wird das Kabelnetz in Neumarkt/Weißenburg von Nürnberg aus versorgt, obwohl dieses Netz zum Sendegebiet von intv in Ingolstadt gehört. Der Nürnberger Sender ist dort deswegen mit seinem Kabelprogramm und RTL-Fenster vertreten und intv muss über eine Extraleitung zugeführt werden. Trotz der lizenztechnischen Zuordnung zu donau TV in Deggendorf ist jedoch Straubing durch die Kabelnetzstruktur an das Programm von TVA Ostbayern in Regensburg angebunden.²⁷⁵

Doch hier konnte die BLM mittlerweile Abhilfe schaffen. Im Bereich Neumarkt/Weißenburg findet lediglich im analogen Kabel eine Verbreitung von intv und Franken Fernsehen statt, digital wird dort nur noch Franken Fernsehen ausgestrahlt. Mit der Abschaltung des analogen Kabelsignals wird die Verbreitung von intv dort ganz

²⁷³Vgl. Ebd., S. 71 f.

²⁷⁴Vgl. Ebd., S. 72

²⁷⁵Vgl. Ebd., S. 72

eingestellt. Straubing bekommt sein Lokalprogramm nun endgültig von TVA Ostbayern in Regensburg.

Diese Doppelverbreitungen waren wegen der vorgegebenen Infrastruktur der Kabelnetze durch die damalige Deutsche Bundespost und ihrer Rechtsnachfolger historisch bedingt.²⁷⁶

Seitdem gibt es pro Versorgungsgebiet nur noch einen Hauptanbieter, der sowohl das Kabelprogramm als auch das RTL-Fenster produziert.

6.4.2 Gemeinsame Werbevermarktung der lokalen TV-Anbieter

Bereits 1997 wurde die Agentur TV Bayern gegründet, um die bayerischen Lokalsender auch überregional und national vermarkten zu können. TV Bayern ist dabei die Vermarktungstochter der Arbeitsgemeinschaft bayerischer Fernsehprogrammanbieter GmbH, die 1996 vom VBL etabliert wurde.²⁷⁷

Die Hauptaufgabe der TV Bayern besteht darin, die Gesamtreichweite der angeschlossenen Lokalsender landesweit und bundesweit zu vermarkten sowie Spots und Sonderwerbformen bei überregional, landesweit und national werbungstreibenden Kunden zu akquirieren. Die großen bundesweit verbreiteten Privatsender übermitteln ihre Werbespots beispielsweise bedarfsgerecht anhand der GfK-Daten der AGF, die die Reichweiten und Demografie der Zuschauer für jeden einzelnen Werbeblock und das jeweilige Programmumfeld minutengenau ausweisen können. Das GfK-Meter, eine Art Set-Top-Box, die in rund 5.640 repräsentativen Haushalten installiert ist, liefert dabei die Messungen. Größere Mediaagenturen stellen die Buchung ihrer Spots fast ausschließlich auf diese Daten ab. Um bei der Buchung berücksichtigt zu werden, spielen die GfK-Daten also für die Lokalsender eine wichtige Rolle. Seit 2005 hat auch TV Bayern eine AGF-GfK-Lizenz erworben, um die Gesamt-Tagesreichweiten der Lokalsender in die Planungs- und Buchungssysteme der nationalen Mediaagenturen zu integrieren.²⁷⁸

TV-Bayern finanziert sich dabei aus den Provisionen für vermittelte Spots. Den Gesellschaftern der Lokalsender entstehen neben der Gesellschaftereinlage für die Vermarktungsleistung zukünftig weitere Kosten aus der Erhebung der GfK-Daten.²⁷⁹

Laut Johannes Muhr, dem Geschäftsführer der TV Bayern GmbH, konnten durch die gemeinsame Werbevermarktung in 2010 und 2011 rund 2,8 Millionen Euro (brutto) an

²⁷⁶Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Schriftliche Mitteilung v. 22.06.12

²⁷⁷Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 73

²⁷⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 29 f.

²⁷⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 73

Werbeeinnahmen akquiriert werden. In diesem Jahr soll ein ähnlich hoher Umsatz angestrebt werden. Allerdings muss man von dieser Summe jedoch ca. 25 Prozent für Verwaltungskosten etc., die der TV Bayern durch die Vermarktungsaktivitäten entstehen, abziehen, um auf den Betrag zu kommen, der an die Lokalsender weitergereicht werden kann. Aktuell bleiben dadurch etwa 2,1 Millionen Euro zur Verteilung übrig. Durch die Reichweitensteigerung in 2013 mit zehn statt bisher sechs Satellitenkanälen rechnet TV Bayern mit einer leichten Steigerung der Werbeeinnahmen auf ca. 3 Millionen Euro. Prinzipiell sei aber auf Dauer gesehen mit keiner großen Steigerung mehr zu rechnen. Da TV Bayern nur 2 Minuten Werbung pro Stunde ins Lokalprogramm einbuchten darf, stagnieren die Werbeeinnahmen hier zwangsläufig irgendwann.

Deshalb arbeitet man laut Muhr bei TV Bayern seit dem Frühjahr 2012 an einer gemeinsamen bundesweiten Vermarktung der 16 Lokal- und Ballungsraumsender. Aktuell stehe man zwar noch mit einigen Sendern in Verhandlungen, weil diese die Erhebung und Auswertung der GfK-Daten selbst bezahlen müssen, allerdings soll dieser Prozess spätestens im Herbst 2013 abgeschlossen sein. Folgende Sender sind im nationalen Vermarktungsverbund mit einbezogen:

- regio TV Verbund in BaWü
- Rhein -Neckar Fernsehen
- TV Südbaden
- Rhein Main TV
- TV Berlin
- Hamburg 1
- Rheinland Metropolen Kombi (= fünf im Rheinland ansässige lokale Fernsehstationen: center.tv Köln, center.tv Düsseldorf, center.tv Aachen, STUDIO 47 und CityVision)
- Sachsen Fernsehen in Dresden, Chemnitz und Leipzig
- alle TV Bayern Sender über TV Bayern²⁸⁰

Ursprünglich waren die Aktivitäten von TV Bayern auf die Entwicklung und landesweite Vermarktung von Sonderwerbeformen und der Beschaffung kostenloser bzw. gegen Entgelt einzuspeisender Fremdprogramme beschränkt.

Um die Buchungsrelevanz der großen Lokalsender für Mediaagenturen zu steigern, wurde Ende 1998 der Vermarktungsverbund „Deutschland TV“ für Ballungsraumsender gegründet. In 2002 erklärte sich dann die ProSiebenSat.1Media AG (zu dem Zeitpunkt noch Media1 GmbH) bereit, die Werbezeiten der größeren Regionalsender unter der Marke „BallungsraumFernsehen“ bundesweit zu vermarkten. Den Hintergrund dafür

²⁸⁰Vgl. Muhr, Johannes, Geschäftsführer TV Bayern GmbH: Schriftliche Mitteilung v. 22.06.12

bildete die damalige Kirch-Beteiligung an den Ballungsraumsendern münchen.tv, TV.Berlin und Hamburg 1. Darüber hinaus waren auch die Sender Franken Fernsehen, Saar TV, RNF, FR-TV Südbaden, Sachsen-Fernsehen und tv.nrw involviert. Durch massiven Einsatz der BLM konnte TV Bayern in den Vermarktungsverbund mit aufgenommen werden.

Dazu war es aber notwendig, dass die bayerischen Lokalsender ihr Programmschema in der Zeit von 16:00 bis 22:30 Uhr harmonisieren mussten, um der Ansicht der SevenOneMedia nach einer nationalen, zielgruppenspezifischen Vermarktung Genüge zu leisten. Ab diesem Zeitpunkt vereinheitlichten die Lokalsender die stündliche Ausstrahlung der Nachrichtensendung ab 18:00 Uhr sowie die Produktion oder Übernahme bestimmter Special-Interest-Magazine, wie Talk, Sport, Wirtschaft oder Unterhaltung in der zweiten halben Stunde etc., die an bestimmten Wochentagen ausgestrahlt werden mussten. Viele Sender änderten deshalb ihr Programmschema bzw. produzierten zusätzlich neue Formate, was wiederum mehr Produktionskosten bedeutete. Anfangs wurden in der Abendschiene zudem alte Serien und Spielfilme aus dem Kirch-Archiv gezeigt.

Allerdings bedeutete dies, dass neben der Vermarktungsprovision auch Kosten für Programmzukauf usw. von den national generierten Werbeeinnahmen abgezogen werden mussten. Rund 3,5 Millionen Euro konnte SevenOneMedia im ersten Jahr insgesamt an Werbeeinnahmen akquirieren. Im Paket zusammen mit attraktiven nationalen Formaten wurde das Ballungsraumfernsehen mit TV Bayern als Zugabe verkauft. Durch den Insolvenzantrag der Kirch-Gruppe im April 2002 standen allerdings die drei größten Ballungsraumsender in München, Berlin und Hamburg vor der Pleite. Und mit ihnen auch das Mantelprogramm aus dem Kirch-Archiv.

Weil sich die übrigen Ballungsraumsender nicht auf eine gemeinsame Strategie zur Fortführung einer nationalen Vermarktung einigen konnten, kündigte SevenOneMedia den Vermarktungsvertrag mit „Deutschland TV“ noch im September 2002 auf.

Auf verschiedene Initiativen hin wurden anschließend weitere Verbände, wie die „AK Ballungsraum-TV e.V.“, die später in die „Ballungsraumfernsehen in Deutschland Programm- und Vermarktungsgesellschaft mbH“ überführt wurde, gegründet.

Ein ähnlicher Erfolg wie unter der SevenOneMedia konnte aber nicht mehr erzielt werden. Dazu wirkte ein seit 2002 rückläufiger nationaler TV-Werbemarkt und die daraus resultierende sinkende Buchung von Werbespots belastend. Ein Jahr darauf wurden die Bemühungen einer nationalen Ballungsraumsendervermarktung daher wieder eingestellt.

Durch die Gründung bzw. Neugründung einiger Ballungsraumsender, die sich zunächst vorrangig auf den Auf- und Ausbau der eigenen lokalen Vermarktung konzentrieren wollen, war der neuerliche Versuch einer gemeinsamen Vermarktung zu diesem Zeitpunkt zunächst einmal unmöglich.

Erst im Juli 2006 schloss sich beispielsweise münchen.tv einem von Hamburg 1 neu initiierten Ballungsraum-Netzwerk an, das von G1 Media vermarktet wurde und dem unter anderem auch TV.Berlin, RheinMain TV sowie seit August 2006 die Ballungs-

raumsender in Köln und Düsseldorf angehörten. Eine Aufnahme von Lokalsendern in den Verbund war allerdings nicht geplant.²⁸¹

Jedoch schaffte es auch dieser Vermarktungsverbund nicht, rentabel zu arbeiten. Seit 2009 ist münchen.tv deswegen wieder bei TV Bayern eingegliedert. Somit sind aktuell alle 16 bayerischen Lokalsender in einem gemeinsamen Vermarktungsverbund vertreten.²⁸²

Goldmedia kam in der Studie von 2006 zu dem Ergebnis, dass in absehbarer Zeit kein nationaler Vermarktungsverbund entstehen würde. Der wesentliche Grund läge jedoch in der Überzeugung der Anbieter selbst, dass man über nationale Verbundvermarktung einer Vielzahl von Sendern weniger Umsätze generiert als über eine eigenständige lokale Vermarktung. Nach Einschätzung von Goldmedia lag das vor allem daran, dass der Werbemarkt seit 2001 deutlich eingebrochen ist und dadurch die vermarktbareren Sekundenpreise gesunken sind. In einem gemeinsamen Verbund müssten sich die Ballungsraumsender an den Spotpreisen kleiner nationaler Sender orientieren. Würde man diese Spotpreise auf 10 oder 20 Anbieter aufteilen, könnte jeder maximal ein bis zwei Euro pro Sekunde in der Prime-Time erhalten. Dagegen wären in der lokalen Vermarktung Sekundenpreise von 10 bis 15 Euro generierbar. Für die bayerischen Lokalsender hätte diese Situation sogar eine doppelt so problematische Auswirkung, weil sie ihre Werbeplätze tagesweise auf der Basis von Tagesreichweiten vermarkten und keine einzelnen Spots verkaufen. Das hieße, bei ihnen würde beispielsweise ein Spot für ca. 5 Euro den ganzen Tag laufen.²⁸³

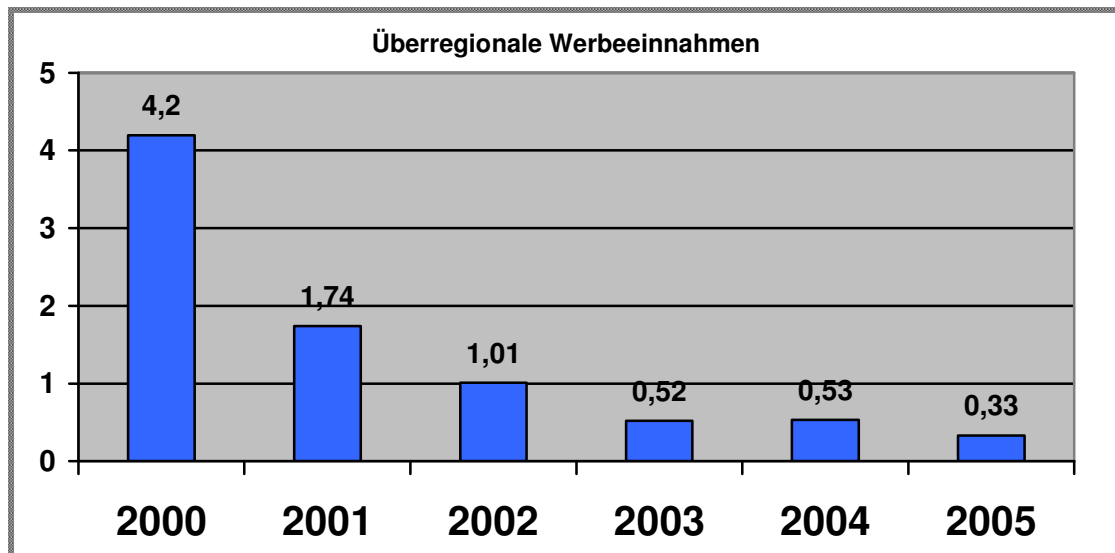
Seit 2003 hat TV Bayern die Lokalsender deshalb eigenständig vermarktet. Durch den Erwerb einer bayernweiten AGF/GfK-Lizenz im Juni 2004 war man in der Lage, die Gesamtreichweite der Lokalsender in Bayern tagesaktuell ausweisen zu können. Zuvor konnte man sich nur auf die Zahlen aus der Funkanalyse stützen. Ab oben genannten Zeitpunkt ließ sich also ein besserer Vergleich der Reichweiten bayerischer Lokalsender mit denen nationaler Sender erreichen, was die Chancen deutlich erhöhte, in der Werbeplanung von Mediaagenturen besser berücksichtigt zu werden. In 2005 reichten die erzielten Umsätze aber allein für die Finanzierung der Vermarktungsstruktur aus und trugen nicht substantiell zur Finanzierung der Lokalsender bei.²⁸⁴

²⁸¹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 73 ff.

²⁸²Vgl. Muhr, Johannes, Geschäftsführer TV Bayern GmbH: Schriftliche Mitteilung v. 22.06.12

²⁸³Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 76

²⁸⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 77



Quelle: AKM-Zahlen/BLM 2006

Abbildung 34: Überregionale Werbeeinnahmen der bayerischen Lokalsender von 2000 bis 2005 in Mio. Euro gesamt²⁸⁵

Aller schlechten Erfahrungen zum Trotz arbeitet TV Bayern jetzt mit allen 16 Lokal- und Ballungsraumsendern wirtschaftlicher denn je. Außerdem erhofft man sich durch die neue geplante gemeinsame nationale und bundesweite Vermarktung der Lokal- und Ballungsraumsender weiteren Erfolg.

Bei der Auswertung der Fragebögen, die an alle 16 lokalen Fernsehstationen in Bayern verschickt worden sind, stellte sich heraus, dass alle Befragten die gemeinsame Werbevermarktung durch TV Bayern als gut bzw. positiv beurteilten, allerdings nur auf geringem Niveau erfolgreich. Die Entwicklung der Einnahmen aus dem Vermarktungsverbund in den letzten Jahren schätzten 77,78 Prozent der Befragten ebenfalls als gut, jedoch auf geringem Niveau bis steigend ein. 11,11 Prozent der Befragten gaben an, die Einnahmen würden von Jahr zu Jahr schwanken, deshalb sei die Entwicklung nicht absehbar und weitere 11,11 Prozent bemerkten, die Lage sei stabil und bilde die Basis für eine notwendige überregionale Werbevermarktung. 44,4 Prozent der Befragten glauben, die Entwicklung in den nächsten Jahren wird gleich bleiben, weil kaum Steigerungen möglich seien. 33,3 Prozent prognostizieren eine positive Entwicklung.

²⁸⁵Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 78

Die Möglichkeit einer gemeinsamen nationalen bzw. bundesweiten Werbevermarktung beurteilten 75 Prozent der Befragten als nicht sinnvoll, weil

- das Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Nationalen im regionalem Raum liege,
- es zu wenig überregionale Kunden gäbe, die in diesem Bereich Werbung machen würden,
- dies neben den Angeboten vieler nationaler Sender weder wirtschaftlich noch logistisch sinnvoll sei,
- dadurch weitere Flächen für die Vermarktung wegfallen würden, die sich lokal viel teurer verkaufen lassen würden als bayernweit oder gar national.

25 Prozent der Befragten halten diese Möglichkeit durchaus für sinnvoll, da beispielsweise analog die lokalen Anbieter im Hörfunkbereich bereits erfolgreich national vermarktet würden. Allerdings glauben sie auch, dieser Vorschlag sei nur schwer durchführbar.²⁸⁶

Wie nachfolgende Abbildung aus der aktuellen Funkanalyse 2011 zeigt, besteht bei der Präsentation von TV Bayern Live am Sonntag noch Handlungsbedarf. Verglichen mit dem Vorjahr kann zwar eine Verbesserung festgestellt werden, insgesamt fällt die Bewertung der Befragten aber eher schlecht aus.

²⁸⁶Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

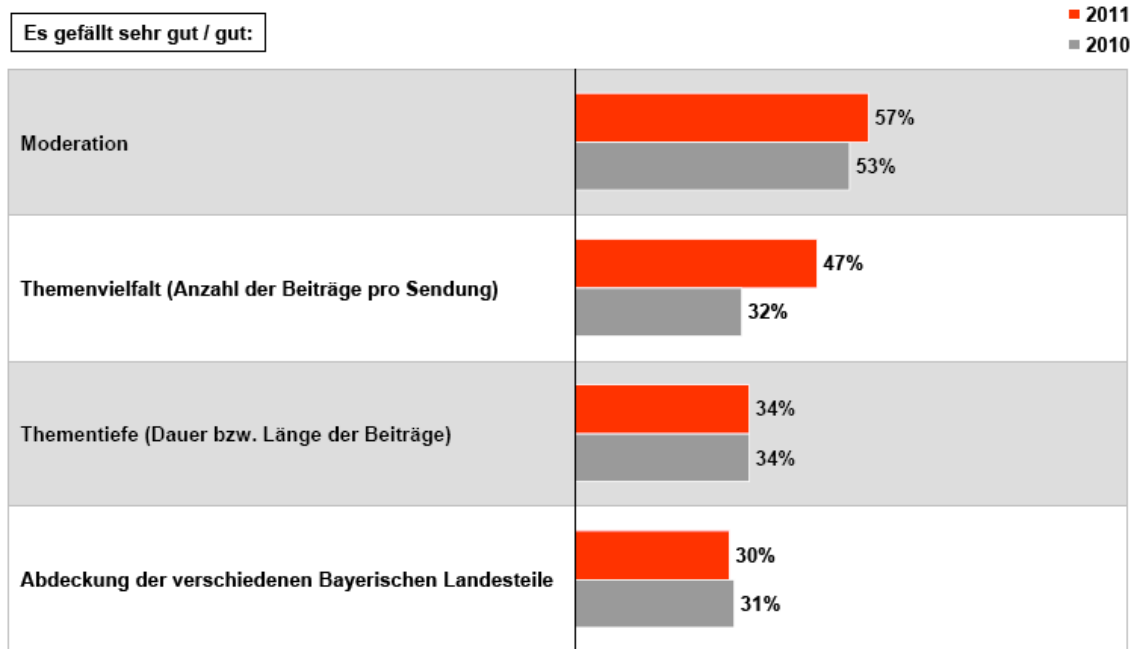


Abbildung 35: Image RTL-Wochenendfenster: TV Bayern Live am Sonntag, Weitesten Seherkreis TV Bayern Live²⁸⁷

6.4.3 Ausbau der technischen Reichweite

Die Prognos AG hatte in ihrem Konzept die digitale Satellitenverbreitung der Lokalprogramme über ASTRA ab 2002 geplant. Dadurch sollte mehr Reichweite und damit vor allem steigende Werbeeinnahmen generiert werden. Des Weiteren versprach man sich von der Nutzung der digitalen Satellitenverbreitung die relativ teure leitungsgebundene Programmzuführung über TV-Festverbindungen der Telekom zu den einzelnen Kopfstationen zu ersetzen. Dazu sollten Satellitenempfänger in die Kopfstellen der lokalen Kabelnetze installiert werden, die das über Satellit verbreitete Signal in das Kabelnetz einspeisen.

Zunächst hatte die BLM ein Modell entwickelt, bei dem sich je vier Lokalsender einen digitalen Satellitenkanal in der Zeit von 18:00 bis 24:00 Uhr teilen sollten. Dazu wurden die Sender zu sogenannten Satellitenkooperationsgemeinschaften zusammengefasst. Jeweils einem der vier Sender käme dabei die Funktion eines Regiezentrum zu, wo erst die Programme via ATM-Leitungen zusammengeführt und anschließend nach München zum Play-Out-Center übertragen werden. Zum damaligen Zeitpunkt ging Prognos von Kosten für die Satellitenübertragung in Höhe von rund 6,1 Millionen Euro aus.

²⁸⁷TNS, Funkanalyse 2011, S. 71

Mitte 2002 rief die BLM mit ONTV die erste Satellitenkooperationsgemeinschaft ins Leben. FrankenSat, LokalSat und münchen.tv/RFO folgten in den nächsten drei Jahren. Allerdings wurden nicht wie geplant auf jeden Kanal vier Sender verteilt, sondern sie wurden nach ihrer regionalen Zusammengehörigkeit gebündelt, sodass sich teilweise auch nur zwei Sender einen Satellitenkanal teilten. Einigen dieser Gruppen gelang es, eine eigene Programmverpackung mit Moderation etc. zu produzieren. Vielen war allerdings der personelle Aufwand im Verhältnis zur damals noch relativ geringen Reichweite zu groß. Das Argument, dass über Satellit die Werbung nun in ganz Bayern oder Deutschland empfangen werden kann, war und ist immer noch für viele lokale Werbekunden nicht relevant, denn für sie zählt die tatsächliche Reichweite vor Ort.

Die Spotpreise konnten in den nächsten Jahren deswegen nicht deutlich erhöht und somit auch keine substantiellen Mehreinnahmen generiert werden.

Das Prognos-Konzept ließ sich von der BLM also annähernd realisieren. Lediglich auf die Nutzung des Satellitensignals für die Programmführung in die Kabelnetze wurde verzichtet. Dadurch hätten nämlich nicht alle Lokalsender ihr aktuelles Programm um 18:00 Uhr im Kabel ausstrahlen können.

Wie bereits erwähnt, führte der Einsatz digitaler Leitungen zu einer Senkung der Verbreitungskosten und zwar statt der bisher genutzten TV-Festverbindungen von 4,5 Millionen Euro im Jahr 2001 auf 2,6 Millionen Euro in 2005. Die Gesamtverbreitungskosten lagen damit bei 4,4 Millionen Euro. Da Prognos 2001 Kosten im Volumen von 6,1 Millionen Euro veranschlagte, konnten die damaligen Prognosen um 1,7 Millionen Euro unterboten werden.²⁸⁸

6.4.4 Einnahmen- und Kostenoptimierung

Staatsregierung und BLM wirkten bereits im Jahr 2000 verstärkt darauf hin, dass die Werbeschränkungen für lokale und regionale Fernsehanbieter im Rundfunkstaatsvertrag deutlich gelockert werden. Der Gestaltungsspielraum der Landesmedienanstalten bezüglich der Regulierung von Werbung, Sponsoring und Teleshopping bei Regional- und Lokalsendern konnte damit erheblich verbessert werden. Konkret betrifft dies Dauer und Umfang von klassischen Werbespots, Split-Screen-Werbung sowie Teleshopping-Sendungen und deren Anrechnung auf die zulässige Werbezeit im Programm. Die einzelnen Landesmedienanstalten trafen somit Regelungen, welche die Ausstrahlung von Spots usw. auf lokalen Sendern über die bisher vorgeschriebene Grenze von 12 Minuten pro Stunde hinaus erlaubten.

Außerdem mussten für Lokalsender Split-Screen-Werbung und Teleshopping nicht mehr auf die insgesamt zulässige Werbezeit von 20 Prozent der täglichen Sendezeit

²⁸⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 78 ff.

angerechnet werden. Des Weiteren entfiel die Vorgabe, dass der Gesamtumfang für Teleshopping acht Stunden Sendezeit pro Tag nicht überschreiten darf.

Die Lockerungen für die Sendezeit zwischen 22:00 bis 18:00 Uhr (= Wiederholungen) wurden in Bayern vollständig umgesetzt und zwischen 18:00 und 22:00 Uhr (= Erstausstrahlung) sowie für die Sendezeit in den lokalen Fensterprogrammen erfolgte die Ausdehnung des möglichen Werbeanteils von 20 auf 30 Prozent des Gesamtprogramms. Die Lockerungen bei den Teleshoppingregelungen ermöglichte es vielen Anbietern Sendezeiten von über 11 Stunden täglich (meist zwischen 6:00 und 17:00 Uhr) an Teleshoppingsender zu verkaufen.

Die Werbezeiten im selbst produzierten Programmteil ab 18:00 Uhr erhöhten jedoch nur wenige Anbieter von 12 auf 18 Minuten pro Stunde. Meist überschreitet der klassische Werbeblock selten die 3-Minuten-Grenze, weil nicht genügend Werbekunden akquiriert werden können, um beispielsweise einen längeren Werbeblock zu füllen.²⁸⁹

Seit 2002 haben einige Lokalsender ihre Aktivitäten im Industriefilmbereich verstärkt und produzieren seitdem mehr PR-, Image- und Messerfilme. Damit konnten zusätzliche Werbeeinnahmen generiert werden. Im Bereich der lokalen Spotvermarktung verfügen zwar alle Anbieter über einen strukturierten Vertrieb, aber wie bereits erläutert, konnten seit 2002 keine deutlichen Zuwächse mehr erreicht werden. Das liegt natürlich vor allem auch daran, dass sich die Sender sehr genau an den medienrechtlichen Vorgaben orientieren müssen. Mit der Programmförderung sind selbstredend bestimmte Programmauflagen verbunden, die kaum werbeorientierte Beiträge zulassen.²⁹⁰

Allerdings könnte aktuell Sponsoring im Rahmen von Business-TV für die lokalen Fernsehanbieter in Zukunft eine weitere wichtige Einnahmequelle darstellen. Vielen fehlt allerdings das Know-How zur Produktion redaktionell gestalteter Sponsoring-Beiträge. Die BLM ist deswegen bestrebt, bei wachsendem Bedarf hier Kurse und Fortbildungen für die Mitarbeiter der Lokalsender anzubieten. Außerdem sind regelmäßig Vertreter der BLM vor Ort bei den Sendern und klären sie über neue Werberegulungen usw. auf.²⁹¹

Goldmedia stellte in der Studie fest, dass alle bayerischen Lokalsender sehr kostenorientiert arbeiten würden. Als in 2003 das Teilnehmerentgelt sowie die Programmförderung gekürzt wurden, nahmen viele Anbieter deutliche Kosteneinsparungen vor allem im Personalbereich, also Entlassungen und Gehaltskürzungen, vor. Unbefristete Verträge wurden auf befristete Jahresverträge umgestellt, um eine flexiblere Personalpoli-

²⁸⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 82 f.

²⁹⁰Vgl. Ebd., S. 84

²⁹¹Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

tik zu ermöglichen. Außerdem setzt man seitdem verstärkt Videojournalisten sowie Auszubildende und Volontäre ein, um das bestehende Programmvolumen halten zu können. Inzwischen wurde der Personalstamm allerdings wieder erweitert.

Doch trotz alledem führte dies nicht zu einer Verringerung der Programmleistung respektive des Umfangs bezüglich des eigenproduzierten Programms. Das liegt vor allem auch daran, dass sich die Anbieter beim Programmvolumen weiter an den förderungsfähigen Programmminuten orientieren. Zusätzliches Programm ist meist ohne eine Förderung nicht finanzierbar. Die Abhängigkeit der Förderung fällt insofern bei Sendern der Kategorie 2 oder 3 höher aus als bei Kategorie 1, denn Sender mit einer größeren technischen Reichweite bekommen umfangreicher Programmminuten gefördert als kleinere.

Innerhalb der bestehenden Struktur produzieren alle Sender nach Goldmedia äußerst kosteneffizient. Eine Kürzung oder Streichung der Förderung würde bedeuten, dass die Produktion von Programmteilen, die ungefordert nicht wirtschaftlich sind, wie Beiträge zu Kultur und Brauchtum, zurückgefahren werden müsste. Mit der Produktion dieser Zusatzformate erwirtschaften die Sender aber immer noch eine höhere Kostendeckung als ohne, weil diese wesentlich günstiger zu produzieren sind als beispielsweise das Nachrichtenprogramm.²⁹²

Die Auswertung der Fragebögen bestätigte zum Teil, dass die Ausgaben unter der Prämisse, dass die derzeitige Struktur erhalten bleiben soll, nicht mehr erheblich gekürzt werden können. 87,5 Prozent der Befragten gaben an, sie könnten auf keinen einzigen, weiteren Mitarbeiter mehr verzichten, um Kosten zu sparen. Beim Rest reicht die Spanne bis zu 5 Mitarbeiter. Des Weiteren sagten 83,33 Prozent der Anbieter aus, es könnten keine weiteren sonstigen Ausgaben eingespart werden. Die restlichen Befragten konstatierten, dass im Bereich der KfZ-Kosten und beim Büromaterial durchaus noch Kosten in Höhe von ca. 11.000 Euro gespart werden könnten.

Mehr Einnahmen könnten dagegen vor allem in den Bereichen

- Werbung,
- Sponsoring,
- TV-Werbung (aber schwierig),
- TV-Produktionen (aber schwierig),
- Online-Werbung in Höhe von ca. 20.000 Euro,
- Auftragsproduktionen in Höhe von ca. 50.000 Euro,
- Social-Marketing,
- Veranstaltungen und
- durch die Ausweitung der technischen Reichweite generiert werden, so die Anbieter.²⁹³

²⁹²Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 84 ff.

²⁹³Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

6.4.5 Zwischenfazit

Auf Grund des Bayerischen Landesplanungsgesetzes von 1970 wurde Bayern in 18 Planungsregionen eingeteilt. An diesen Planungsregionen orientieren sich grundsätzlich auch die Verbreitungsgebiete der bayerischen Lokalsender.

Laut der Studie von Goldmedia stellen diese Regionen nach Ansicht der Lokalsender allerdings die maximale Größe dar, in der das Zugehörigkeitsgefühl und die regionale Verbundenheit der Bevölkerung groß genug sind, um sich für kommunale Themen zu interessieren. In der Regel existiert pro Planungsregion nur ein Oberzentrum, dessen Nachrichten auch für die Zuschauer umliegender Kommunen von Interesse sind. Nur in der Region Donau-Wald sind mit TRP1 und Donau TV zwei Lokalstationen aktiv. Für die Regionen Oberfranken Ost und West gibt es hingegen mit insgesamt vier Oberzentren lediglich ein Lokalprogramm.²⁹⁴

²⁹⁴Vgl. Ebd., S. 86

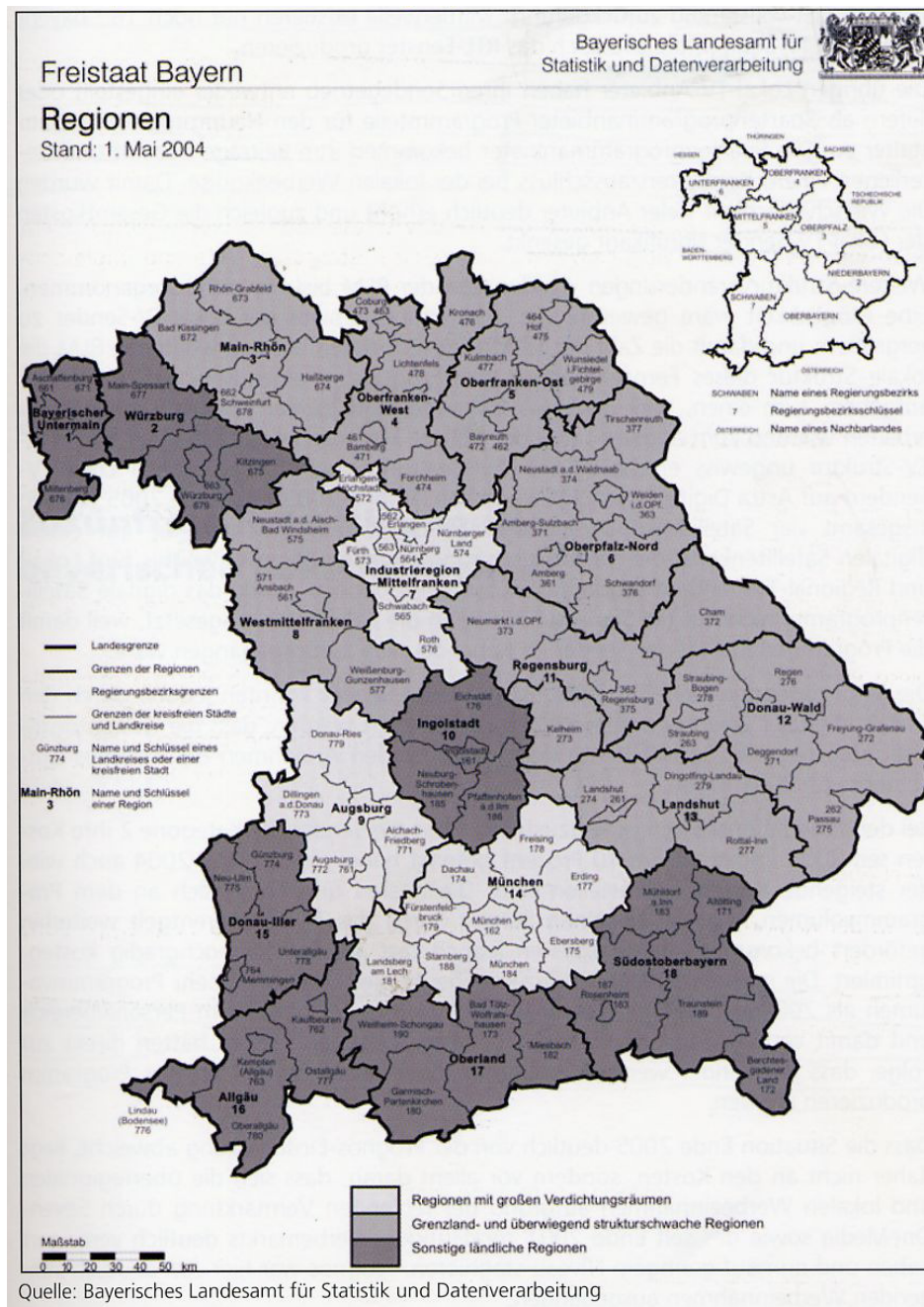


Abbildung 36: Karte der 18 Planungsregionen in Bayern²⁹⁵

Durch den Abbau von Doppelgenehmigungen konnten die Wirtschaftlichkeit vieler Anbieter rückblickend erheblich erhöht und zugleich die Gesamtkosten bedeutend gesenkt werden. Weitere mögliche Strukturveränderungen sollen in Kapitel 9 detailliert erörtert werden.

²⁹⁵Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 87

6.5 Zusammenfassung

Alle 16 Lokalsender konnten auf ASTRA digital über vier Satellitenkanäle aufgeschaltet werden. Die Bildung von Satellitenkooperationsgemeinschaften von 2003 bis 2005 ermöglichte jedem Sender, sein Programm sequentiell über Digitalsatellit auszustrahlen. Für die Signalzuführung in die Kabelnetze wurde das digitale Satellitensignal jedoch nicht eingesetzt, weil damit die Programmaktualität der Sender im Kabel gelitten hätte. Durch den Einsatz digitaler Übertragungswege konnten die leitungsgebundenen Distributionskosten der Sender soweit reduziert werden, dass die Satellitengesamtdistributionskosten in 2005 deutlich unter den Annahmen des Prognos Gutachtens von 2001 lagen. Die Sender der Kategorie 2 senkten seit 2002 ihre Produktionskosten immerhin um 10 Prozent. Seit 2004 sind jedoch wieder steigende Kosten festzustellen. Insgesamt orientieren sich die Kosten grundsätzlich am geförderten Programmvolumen. Laut Goldmedia arbeiteten fast alle Sender hochgradig kostenoptimiert. Mit weniger Personal als in 2002 produzierten sie in 2005 bzw. 2006 gleichviel oder sogar ein noch ausgedehnteres Programmvolumen. Weitere Einsparungen im Personalbereich oder bei den sonstigen Kosten hätten demnach direkt ein qualitativ schlechteres Programm oder insgesamt weniger Programm zur Folge. Dass Ende 2005 die Situation erheblich von der Einschätzung des Prognos Gutachtens abweicht, liegt deswegen nicht an den Kosten, sondern vielmehr daran, dass sich die überregionalen und lokalen Werbeeinnahmen auf Grund des rückläufigen Werbemarkts seit 2001 sowie der fehlenden Werbevermarktung durch die SevenOneMedia stark verringert haben und auf geringem Niveau stagnieren. Die Prognos AG war von bedeutend höheren Werbeeinnahmen ausgegangen.²⁹⁶

Schon 1988 brachte „Die Zeit“ das Problem, das heute noch besteht, auf den Punkt:

„Programme lokaler Fernsehsender mit einem begrenzten Verbreitungsgebiet erreichen nicht genügend Zuschauer, um die Ausgaben über Werbeeinnahmen zu decken. Würden die Anbieter jedoch ihr Berichts- und Verbreitungsgebiet vergrößern, um mehr Publikum ansprechen zu können, nimmt wiederum das Interesse der Bürger ab, weil die Programme ihren werbestrategischen Wert – die Lokalität, die Nähe zum Bürger – verlieren würden.“²⁹⁷

²⁹⁶Vgl. Ebd., S. 88

²⁹⁷ Röper, Horst: „Rückzug aus der Provinz. Für viele Anbieter ist das Lokalfernsehen ein finanzieller Misserfolg“. In: Die Zeit, v. 01.04.1988

7 Mögliche zukünftige Entwicklungen

2011 wurden weltweit erstmals mehr Handys als Computer verkauft.

40 Prozent aller Suchanfragen bei Google haben einen lokalen Bezug.²⁹⁸

Nach Angaben der GfK belief sich der Verkauf digitaler Satellitenreceiver von Januar bis März 2012 auf insgesamt 1,44 Millionen Geräte. Das ist fast doppelt so viel wie in den ersten drei Monaten von 2011. Des Weiteren wurden alleine 2011 mehr als 3,4 Millionen Smart-TV-Geräte verkauft.²⁹⁹ Am 01.05.12 empfangen 24,80 Millionen TV-Haushalte in Deutschland ihr Fernsehprogramm digital, während es Anfang des Jahres noch 20,93 Millionen waren.³⁰⁰

Laut der Studie „TV to come, TV to go“ der Firma Interone verliert die klassische Fernsehnutzung mittlerweile an Bedeutung. Der Fernseher entwickelt sich zum Ambient-Medium, was heißt, fernsehen wird immer mehr nur nebenher genutzt. Dagegen gewinnen sogenannte Second Screens, also mobile Endgeräte, wie Smartphones, Tablets usw. zunehmend an Bedeutung. Fast jeder vierte Befragte verwendet sein mobiles Gerät, um im Internet zu surfen, während beispielsweise der Partner fern sieht. In Deutschland bedienen sich laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 67,10 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre des Internets, um Videos über Videoportale oder Mediatheken abzurufen. (Stand: 2009). Das entspricht 43,50 Millionen Menschen. Laut youtube wurde Anfang 2012 jede Sekunde eine ganze Stunde Videomaterial hochgeladen. Mediatheken nutzen 47 Prozent der Befragten häufig oder gelegentlich. Laut Interone seien viele Mediatheken aber schlecht erschlossen. Das unübersichtliche Design und die begrenzte Verfügbarkeit von Inhalten würden viele frustrieren.

Neuerdings kommunizieren Nutzer parallel zum Fernsehen mit Freunden über Social Networks wie facebook oder Twitter auf ihren mobilen Endgeräten über die jeweiligen Fernsehinhalte. Daher ist es wichtig, dass diese Geräte miteinander synchronisiert werden. 41 Prozent der Befragten gehen davon aus, bis 2015 ihren Fernseher an das Internet angeschlossen zu haben. HbbTV (gemeinsamer Standard von Geräteherstellern und Sendern) steht für eine Kombination aus Browser und Teletext-Signal. Statt des bisherigen Teletextes lassen sich nun auch Bewegtbildinhalte, wie Programmvor-

²⁹⁸BLM, Tendenz, 1/2012, S. 8 ff, S. 26, S. 30

²⁹⁹Vgl. Huber, Rupert: „Satellitenfernsehen wird voll digital“. In: Augsburger Allgemeine, v. 27.04.12.

URL: <http://www.augsburger-allgemeine.de/digital/Satellitenfernsehen-wird-voll-digital-id19792356.html> (Zugriff am 01.05.12 um 17:54 Uhr und vgl. Kriebel's SAT-Report, Nr. 6/2012, S. 21 ff.

³⁰⁰Vgl. rh: „Fast 25 Millionen Haushalte sehen digital“, v. 08.05.12.

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/Fast-25-Millionen-deutsche-TV-Haushalte-sehen-digital.85960.0.html> (Zugriff am 10.05.12 um 14:28 Uhr)

oder rückschauen, ergänzendes Sendematerial usw. auf dem Kanal platzieren. Nach Interone fehle es zwar noch an einem einheitlichen Betriebssystem, sollten sich HbbTV und Apps allerdings weiter etablieren und technisch ausreifen, würden hier neue Möglichkeiten für Werbetreibende entstehen, Botschaften zu platzieren und Services anzubieten. Durch die Internetfähigkeit der Fernseher wird auch die Werbung online gehen und sich mittelfristig an die effizienteren Vermarktungsprinzipien der Online Welt anpassen. Dann werden Zuschauer Werbung bewerten können und zukünftig nur noch individuell relevante Inhalte erhalten. Sie können die Produkte unmittelbar in eine Merkliste übernehmen, Coupons erhalten und direkt bezahlen.

Außerdem sollen die Fernsehsender zukünftig noch stärker auf Inhalte setzen, die Live- oder Mitmach-Elemente enthalten und die sich über eine Zeit lang hinweg aufbauen und entwickeln. Solche Inhalte schaffen beim Zuschauer eine deutlich höhere Dringlichkeit als Filme oder Serien und binden die Aufmerksamkeit. 17 Prozent der Befragten sind jetzt schon der Meinung, dass sie sich 2015 an interaktiven Fernseh-Shows beteiligen werden.³⁰¹

Dadurch wächst auch auf die lokalen Fernsehanbieter der Handlungsdruck, sich multimedial im Internet und somit im Fernsehen über das Internet zu positionieren. Mittlerweile haben alle lokalen Fernsehsender einen eigenen Internetauftritt mit Mediathek. Die Interaktion mit dem Zuschauer im Netz sowie ein tagesaktuelles Videoportal oder eine regionale Online-Community müsse aber noch ausgebaut bzw. verbessert werden. Denkbar wäre zum Beispiel, dass die Online-Archive der Lokalsender nur Premium-Kunden der Community zugänglich sind. Dadurch ließen sich zusätzliche Einnahmen generieren.³⁰² Auch Kooperationen mit anderen Lokalsendern, die auf einen Lokalbezug bauen, wären denkbare neue Erlöspotenziale.

Bereits 2007 boten laut ALM fast die Hälfte aller Lokalanbieter Live-Streaming, Video on Demand oder beides auf ihren Webseiten an.

Die Digitalisierung im Kabel und beim Satelliten ermöglicht nicht nur die direkte Zuschaueradressierung, sondern auch einen Rückkanal für interaktive Programmangebo-

³⁰¹Vgl. Interone: "TV TO COME, TV TO GO. How digital technologies change the way we watch", 2012, S. 15 – 41 und vgl. "Zahl der Internet-Nutzer".

URL: www.wuv.de/w_v_research/basisfakten/digital/zahl_der_internet_nutzer (Zugriff am 10.05.12 um 14:25 Uhr)

³⁰²Vgl. Eschenbach, Sandra: „Heimatgefühl auf Sparflamme“. In: Tendenz 2 v. 2009.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/18-19_Lokal-TVInternet.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 17:03 Uhr)

te. Damit wurde die von Brecht einst geforderte aktive Teilnahme des bislang stummen Empfängers verwirklicht³⁰³.

Die früher klaren Grenzen zwischen klassischer Massenkommunikation auf der Basis von Rundfunknetzen und der heutigen Individualkommunikation auf der Basis von Telekommunikationsnetzen verschwimmen zunehmend.

2010 empfangen über 61 Prozent der Haushalte ihre Fernsehprogramme digital. Durch die problemlose Speicherung von Sendungen und die zunehmende Verknüpfung von verschiedenen Endgeräten ist eine zeit- und ortsunabhängige Nutzung durch den Zuschauer möglich. Mit der steigenden Reichweite über mobile Endgeräte nimmt auch die Vermarktungsrelevanz zu. Themen, wie Wetter oder Nachrichten sprechen eine breite Zielgruppe an. Wenn Inhalte dem Zuschauer einen klaren Mehrwert bieten und nicht über andere Plattformen verfügbar sind, wird Paid-Content interessant.³⁰⁴

7.1 Digitalisierung

Seit 1997 werden analoge und digitale Fernsehsignale via Satellit parallel ausgestrahlt. In 2005 stellte die Verbreitung via Kabel mit 50,5 Prozent noch den reichweitenstärksten Empfangsweg in ganz Deutschland dar, dicht gefolgt vom Satellitenempfang mit 43,3 Prozent und DVB-T mit 5,7 Prozent.

Jetzt in 2011 findet sich eine ganz andere Situation. Der Satellitenempfang hat das Kabel längst überholt. 49,7 Prozent der Haushalte in Deutschland empfangen 2011 ihr Programm via Satellit, nur 44,7 Prozent via Kabel und 4 Prozent über DVB-T. Dem hinzuzufügen ist mittlerweile auch die Verbreitung via DSL, die momentan 1,5 Prozent beträgt.

Nach der Abschaltung des analogen Satellitensignals am 30.04.12 wechselten viele Fernsehhaushalte direkt zum digitalen Satellitenempfang, weil dieser bislang noch mit keinen laufenden monatlichen Kosten wie beim Kabelempfang verbunden ist.

Die Digitalisierung im Kabel schreitet ebenfalls voran. Jedoch kam diese Entwicklung erst relativ spät in Gang. Die Kabel Deutschland, Deutschlands größter Kabelnetzbetreiber, vermarktete beispielsweise erst ab 2004 digitale Basis- und Premiumpakete und erst seit Anfang 2006 private Free-TV-Programme. Nur 11,5 Prozent der bayerischen TV-Haushalte verfügten daher Ende 2005 über einen digitalen Kabelreceiver, was 2,2 Millionen Haushalten entspricht. Davon waren allerdings rund 1,6 Millionen

³⁰³Bei der Erfindung des Radios kritisierte Brecht, dass es dabei nur einen Sender und viele Empfänger gibt. Wobei die Empfänger nicht die Möglichkeit hatten, selbst zum Sender zu werden. Er bemängelte also die fehlende Rückkanalfähigkeit des Mediums.

³⁰⁴Vgl. BLM, Wellenspiegel, 2010/2011, S. 34 ff. und vgl. BLM, Tendenz, 1/2012, S. 8 ff, S. 26, S. 30

Haushalte Premiere-Abonnenten. Mittlerweile kann man als Neukunde der Kabel Deutschland gar keinen analogen Anschluss mehr bestellen, sondern nur noch digitalen.³⁰⁵

Im Kabel benötigen analoge Programme etwa 12 mal so viel Bandbreite wie digitale Kanäle. Durch eine Abschaltung des analogen Signals kann in den bestehenden Kabelnetzen deshalb Kapazität für rund 500 Programme geschaffen werden. Dass momentan zusätzlich zum digitalen Satellitensignal ebenso das analoge Signal im Kabel verbreitet wird, empfinden viele Fernsehanbieter deshalb als eine Verschwendung von Ressourcen.

Wie die Entwicklung zeigt, verlieren aber immer mehr Kabelnetzbetreiber Kunden an den Satelliten und neuerdings auch an TV über DSL.

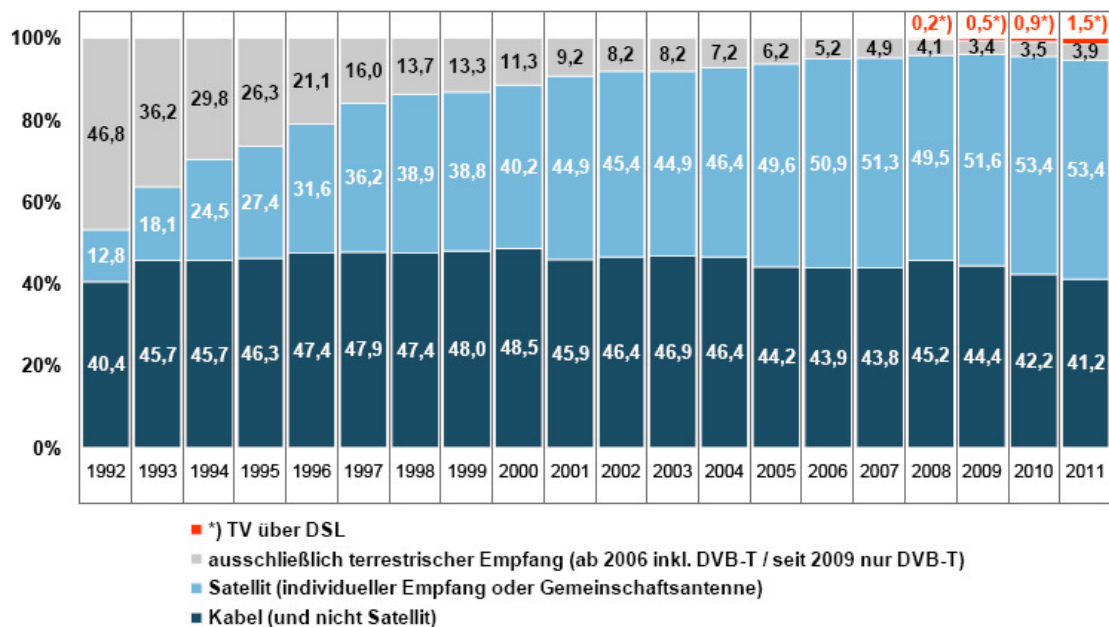


Abbildung 37: Entwicklung der Empfangsbedingungen, Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Bayern³⁰⁶

Die Kabelnetzbetreiber versuchen deshalb, ihre Kunden zu halten bzw. ihre Kundenbasis noch weiter auszubauen. Indem die großen Netzbetreiber, wie die Kabel Deutschland, in vielen Kabelregionen mittlerweile auch Breitband-Internet und IP-Telefonie zu Preisen anbieten, die im Vergleich zu denen der Telekom sehr attraktiv sind, soll die Ausweitung des Kundenstamms umgesetzt werden.

³⁰⁵Vgl. Goldhammer et al., 2006, S. 91 ff. und vgl. TNS, Funkanalyse, 2011, S. 14 f.

³⁰⁶TNS, Funkanalyse, 2011, S. 14

DVB-T gehört zwar ebenfalls zu den theoretisch gefragten Empfangswegen, da auch hier keine zusätzlichen Übertragungskosten außer einer Antenne und einem Receiver, mittlerweile sehr günstig erhältlich, entstehen. Doch konnte sich dieser Empfangsweg bislang noch nicht durchsetzen. In vielen Bundesländern ging DVB-T erst ab 2008 „on air“. Darüber hinaus ist die Anzahl der empfangbaren Programme relativ gering. Die öffentlich-rechtlichen Sender sind zwar fast in jeder DVB-T Region vertreten, allerdings halten sich die bundesweiten Privatprogramme hier deutlich zurück. Für viele Zuschauer erweist sich DVB-T deshalb als keine echte Alternative. Außerdem wechselten viele Empfänger nach der Abschaltung der analogen Terrestrik, die in Bayern zwischen Juni und August 2005 erfolgte, ebenfalls zum digitalen Satellitenempfang.³⁰⁷

7.2 Reichweitenentwicklung

Bei der DVB-T-Übertragung haben die bayerischen Lokalsender seit 2005 ca. 350.000 Haushalte verloren. Auch im Kabel gab es enorme Reichweitenverluste. 2006 musste hier ein Rückgang von 400.000 Zuschauern im Vergleich zum Vorjahr festgestellt werden. Dort wechselten die Zuschauer wie erwähnt zum kostenlosen digitalen Satellitenempfang. Dies führte natürlich aber auch zu einer Reichweitensteigerung beim Satellitenempfang. Im ersten Quartal 2006 empfing rund die Hälfte der Personen in Satellitenhaushalten ihr Programm digital. Das entsprach einer Verdopplung des Vorjahreswertes. Bereits Ende 2005 lag die Zahl der Satelliten-TV-Haushalte in Bayern um 4 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt. Die technische Reichweite der Lokalsender via Satellit ist damit von 545.000 Personen in 2005 auf 1,783 Millionen Menschen in 2006 angestiegen. 30 Prozent der Empfänger eines Lokalprogramms empfangen dieses somit via Satellit. Die Reichweitenverluste durch die Abschaltung analoger terrestrischer Übertragung und den Rückgang im Kabel konnten daher durch die DVB-S Übertragung ausgeglichen werden.

Allerdings sind mit dem digitalen Satellitenempfang auch Schwierigkeiten verbunden gewesen. Einerseits fehlte das RTL-Fensterprogramm, andererseits war der Zuschauer durch die sequentielle Ausstrahlung der 16 Lokalprogramme auf vier Satellitenkanälen möglicherweise verwirrt. Es musste schon ein erhöhtes Engagement beim Zuschauer vorausgesetzt werden, sich selbst über die Sendezeiten auf den bestimmten Kanälen zu informieren. Bereits Goldmedia kritisierte in ihrer Studie von 2006, dass es hier an entsprechenden Marketing-Anstrengungen der Anbieter mangelte, um die Nutzung lokaler Fernsehprogramme über Satellit zu steigern. Es würden beispielsweise Einblendungen wie Untertitel, Laufbänder, Spots, Bildtafeln etc. auf dem Satelliten-

³⁰⁷Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 93 ff.

kanal fehlen, die darauf hinweisen, wann und wo welches Lokalprogramm zu sehen ist. Des Weiteren gäbe es kaum Anstrengungen der Lokalsender selbst, die Satellitenverbreitung im eigenen Kabelprogramm, im Internet und über den Fachhandel bekannt zu machen.³⁰⁸

In den Fragebögen gaben die Sender an, sie hätten bereits Initiativen, wie

- Berichte im Web bzw. Onlinewerbung,
- Gewinnspiele,
- Kooperationen mit Elektrofachmärkten bzw. allg. die Zusammenarbeit mit regionalen Fachmärkten,
- Plakate,
- Buswerbung,
- TV-Promos,
- Bannerwerbung,
- Verteilung von Informationsflyern an Veranstaltungen bzw. allg. Flyeraktionen,
- Anzeigenschaltungen und Zeitungsanzeigen,
- Kundeninformation,
- „on-air“-Werbung bzw. Promotion im eigenen Programm,
- Radiowerbung,
- Social-Marketing,
- PR-Aktionen und
- allg. Cross-Promotion in Funk, Print und TV

getroffen, um ihr Programm besser über Satellit bekannt zu machen und zu vermarkten. Inwiefern diese Aktionen Erfolg haben, müsste eventuell bei der nächsten Funkanalyse abgefragt werden. Jedenfalls ist festzuhalten, dass die Sender durchaus bemüht sind, die Zuschauer über ihr Programm und ihren Sender im Allgemeinen aufzuklären.³⁰⁹

Beim Kabelempfang erwartete Goldmedia in ihrer Studie von 2006 eine Digitalisierungsrate von 35 Prozent für das Jahr 2010. Der tatsächliche Wert zeigte in 2010 eine Digitalisierungsrate von 29,2 Prozent und in 2011 von 34,4 Prozent.³¹⁰

³⁰⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 94 f.

³⁰⁹Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

³¹⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 98 und vgl. TNS, Funkanalyse, 2011, S. 18

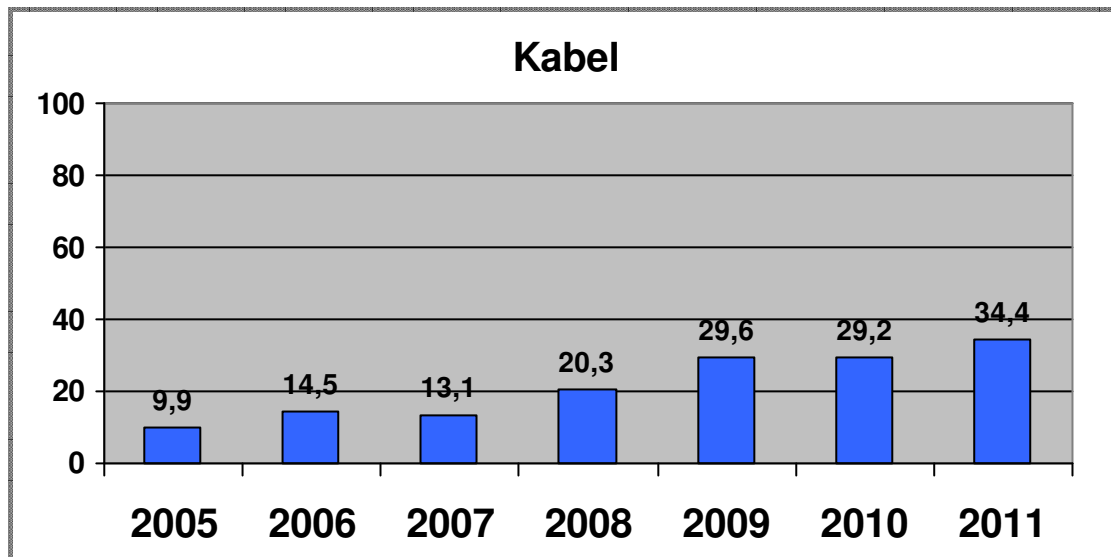


Abbildung 38: Digitalisierungsgrad beim Kabelempfang, Bevölkerung ab 14 Jahre³¹¹

Weiter prognostizierte Goldmedia, dass die Kabelnetzbetreiber in den nächsten Jahren eine umfassende Preisoffensive für digitale Anschlüsse starten müssten oder einen harten Umstieg, also die Abschaltung des analogen Kabelsignals zu einem festen Termin durchführen sollten, da hier die Digitalisierung sonst nur sehr langsam, um ca. vier bis fünf Prozentpunkte pro Jahr, voranschreiten würde.³¹² Mit dieser Einschätzung hatte Goldmedia jedenfalls Recht. Denn ihre zurückhaltende Schätzung bezüglich des Digitalisierungsgrades im Kabel konnte selbst ein Jahr später tatsächlich nicht erreicht werden. Fliegers Annahme, dass ca. zwischen 2015 und 2018 die Digitalisierung im Kabel soweit vorangeschritten sein wird, dass dann eine Abschaltung des analogen Kabelsignals erfolgen könnte, scheint deshalb realistisch.³¹³

2006 ging Goldmedia jedoch auf Grund von Netzoptimierungen der Kabelnetzbetreiber und dadurch entstehender zusätzlicher Kosten noch nicht davon aus, dass das digitale Kabel in absehbarer Zukunft für die Lokalsender zu erreichen sei.³¹⁴ Mittlerweile werden sogar alle 16 Lokalprogramme im analogen und im digitalen Kabel übertragen. Diese Hürde wurde in der Zwischenzeit also überwunden. Insgesamt konnte die Tagesreichweite (von Montag bis Freitag, Bevölkerung ab 14 Jahre) zwar aktuell auf 830.000 Zuschauer erhöht werden.³¹⁵ Allerdings ist anzunehmen, dass die digitale Ka-

³¹¹TNS, Funkanalyse, 2011, S. 18

³¹²Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 99

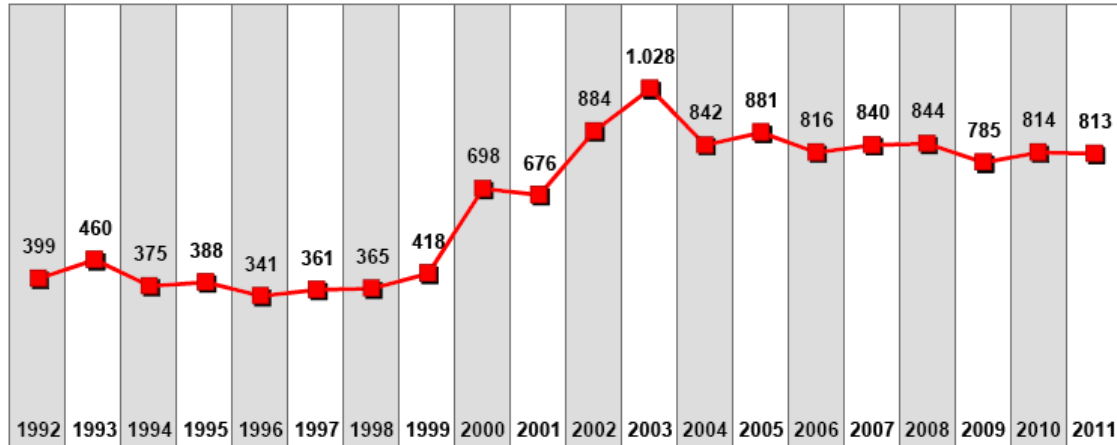
³¹³Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

³¹⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 100

³¹⁵Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

belübertragung dabei nur eine untergeordnete Rolle einnimmt, denn vorrangig wurden dadurch die Reichweitenverluste im analogen Kabel und der Abschaltung des analogen Satellitensignals sowie die der analogen Terrestrik ausgeglichen.

Tagesreichweite*



* bis 1998 Tagebuchehebung
ab 1999 CATI

Abbildung 39: Lokal-TV 1992 - 2011, Tagesreichweite Montag bis Freitag in Tsd., Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern³¹⁶

Betrachtet man die Entwicklung der Tagesreichweite, muss festgestellt werden, dass der Trend seit 2003³¹⁷ insgesamt wieder leicht sinkt.

Einzig die Einspeisung des RTL-Fensters ins digitale Kabel konnte bisher immer noch nicht realisiert werden. Laut Fliegers Aussage im Experteninterview arbeitet die Kabel Deutschland mit RTL aber bereits daran, die digitale Einspeisung des Lokalfensters noch in diesem Jahr zu realisieren.³¹⁸ Hierdurch könnte wieder an Reichweite gewonnen werden.

Wie bereits erwähnt, steigt mit dem Ende des nationalen RTL-Programms um 18:00 Uhr und dem Beginn des lokalen RTL-Fensters der Zuschauermarktanteil von 9 auf 14,6 Prozent.³¹⁹ Mit dem Ende der lokalen Nachrichtensendung sinkt der RTL-Marktanteil wieder auf 9,9 Prozent. Das zeigt ganz deutlich, dass das RTL-Fenster für viele Zuschauer ein Einschaltprogramm ist, das heißt, sie schalten gezielt ein, um die lokalen Nachrichten zu sehen.³²⁰

³¹⁶TNS, Funkanalyse, 2011, S. 30

³¹⁷Vermutlich ist auch der Einbruch bei den Tagesreichweiten in 2003 unter anderem mit der Konjunkturkrise zu erklären.

³¹⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

³¹⁹Vgl. TNS, Funkanalyse, 2011, S. 25

³²⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 103

Zuschauer, die bereits einen digitalen Kabelempfang haben, werden wohl kaum das Kabel aus dem Receiver ziehen und direkt mit dem Fernseher verbinden, nur um das RTL-Fenster im analogen Kabel anschauen zu können. Alle Zuschauer, die also zum digitalen Kabelempfang wechselten, können das RTL-Fenster über diesen Weg bislang nicht empfangen.

Diejenigen Zuschauer, die das RTL-Programm gezielt wegen der Lokalnachrichten anschauen, schalten vielleicht dann direkt zum jeweiligen Lokalprogramm. Allerdings lassen entsprechende Kommunikationsmaßnahmen und Zuschauerinformationen, die auf die Veränderung im digitalen Kabel aufmerksam machen, teilweise stark zu wünschen übrig. Die Reichweite könnte dadurch erheblich abnehmen.

Diejenigen Zuschauer, die nicht wegen der Lokalnachrichten einschalten, sondern das RTL-Programm aus Gewohnheit anschauen, gehen für die Lokalsender verloren. Sie nehmen auch mit „Explosiv – Das Magazin“, das im nationalen RTL-Programm um 18:00 Uhr läuft, vorlieb und werden nicht extra auf ein Lokalprogramm umschalten.

Goldmedia stellte dazu eine Modellrechnung auf, die die damit verbundenen Zuschauererluste einschätzen sollte. Diese findet auf der Basis von Zuschauermarktanteilen statt. Da die Zahlen aus 2006 und 2011 nur um rund 0,4 Prozentpunkte voneinander abweichen, lässt sich die Modellrechnung auch exemplarisch auf die heutige Situation übertragen:

Rund 70 Prozent der Zuschauer werden vom vorher laufenden RTL-Programm übernommen. Über 30 Prozent schalten extra für die Lokalnachrichten zu. Goldmedia glaubt, dass diese 30 Prozent auch einen anderen Kanal einschalten würden, um ihre Lokalnachrichten zu sehen. Ginge man davon aus, dass von den 70 Prozent, die vom Vorprogramm übernommen werden, ungefähr die Hälfte, also 35 Prozent, ebenfalls ein echtes Interesse an lokalen Nachrichten hat, wäre eine Umleitung von insgesamt rund 65 Prozent der Zuschauer (35 Prozent Audience-Flow plus 30 Prozent Zuschauer, die gezielt einschalten) auf den jeweiligen Lokalsender denkbar. Allerdings gingen damit immer noch rund 35 Prozent der Zuschauer im analogen Kabel verloren.³²¹

349.000 Personen ab 14 Jahre nutzten im ersten Quartal 2006 wochentäglich das RTL-Fenster (Seher gestern), um die lokalen Nachrichten anzuschauen. Ausgehend von der Annahme, dass 2010 in Bayern 35 Prozent der Kabelhaushalte digitalisiert sind, wären es 2006 insgesamt 122.000 Personen ab 14 Jahre (Seher gestern), die das Lokalfenster nicht mehr über das Hauptprogramm von RTL nutzen können. Davon müsste man dann weitere 35 Prozent, also 42.000 Personen, abziehen, die das RTL-Programm aus Gewohnheitsgründen anschauen und nicht extra zu einem lokalen Kabelkanal wechseln. Das wären dann ca. 2.500 Zuschauer täglich (Seher gestern), die dadurch insgesamt in 2006 entfallen. Solange das RTL-Fenster nicht digital ins Kabel

³²¹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 105 ff.

eingespeist wird, könnten bei einer vollständigen Digitalisierung des Kabelnetzes so bis zu 225.000 Zuschauer pro Tag verloren gehen. Eine Einspeisung des RTL-Fensters in das digitale Kabelnetz ist deshalb immens wichtig. Außerdem wird laut Goldmedia die wachsende Zahl an Fernsehprogrammen, die den Zuschauern beim digitalen Kabelempfang und über Satellit zur Verfügung stehen, insgesamt weiter zu Reichweitenverlusten der Lokalsender führen. Allerdings haben mit diesem Effekt auch alle nationalen „analogen“ Anbieter zu kämpfen.³²²

Die Übertragung der Lokalprogramme via DVB-T wird zukünftig für die Reichweitengewinnung keine große Rolle spielen. Das Programmumfeld ist ohne die großen nationalen Privatprogramme für viele Zuschauer wenig attraktiv. Laut Fliegers Einschätzung soll Ende 2013 durch die Aufschaltung von zehn Satellitenkanälen und der Einspeisung des RTL-Fensters ins digitale Kabel eine Reichweite der Lokalsender via Kabel und Satellit von rund 95 Prozent erreicht werden. Die restlichen 5 Prozent machen dabei die Übertragung via DVB-T und DSL aus.³²³

7.3 Neue Übertragungsplattformen

Im Folgenden wird geprüft, welche Potenziale neue Übertragungsplattformen, wie IPTV, Mobile TV und Smart TV für die bayerischen Lokalfernsehstationen bieten.

7.3.1 IPTV

Bewegtbilder im Internet werden mittlerweile immer häufiger angeboten und genutzt. Dabei handelt es sich aber vornehmlich um Inhalte, die speziell auf den Empfang über Computer abzielen, wie beispielsweise Videoclips, Spielfilme, aber auch Streamingangebote von Fernsehsendern, die ihr laufendes Angebot in niedrigerer Auflösung einer technisch begrenzten Anzahl von Nutzern zur Verfügung stellen. Die BLM hat auch hier die Entwicklung im Rahmen eines Pilotprojekts vorangetrieben. Pro Lokalsender stehen 25 Streams zur Verfügung, das heißt, 25 Nutzer gleichzeitig können das jeweilige Programm über Internet verfolgen. Diese Übertragungsart nennt sich „Internet-Fernsehen“, ist aber auf keinen Fall mit den aktuellen IPTV-Angeboten zu verwechseln.

IPTV bezeichnet die Übertragung von Inhalten über das Internet-Protokoll auf den Fernseher. Dabei handelt es sich um die Übertragung klassischer linearer Fernsehpro-

³²²Vgl. Ebd., S. 106 f.

³²³Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

gramme über multicastfähige, geschlossene Datennetze. Multicast beschreibt dabei die Fähigkeit, ein Signal zeitgleich an mehrere Empfänger über ein Netzwerk zu senden. Die Empfänger werden in einer Gruppe zusammengefasst und erhalten die Daten gemeinsam. Der Sender überträgt seine Datenpakete also an Gruppenadressen, die sogenannten Multicast-Adressen. Das Signal wird einmal ausgesandt und beim letzt-möglichen Netzwerkknoten für mehrere Empfänger vervielfacht.

In diesen Netzen gibt es anders als beim Streaming also keine Nutzerbeschränkung. Zum Empfang der Programme ist ein Anschluss an ein DSL-Modem notwendig. Entweder kann der Fernseher über ein Kabel mit dem Modem verbunden werden oder über einen WLAN-USB-Stick, der die Verbindung zum Modem drahtlos herstellt. Früher brauchte man außerdem noch eine Set-Top-Box. Mittlerweile ist diese aber in allen neuen Fernsehgeräten bereits integriert.³²⁴

In Deutschland startete im Mai 2006 das erste IPTV-Angebot mit „Alice homeTV“. Damit konnten 60 Free-TV-Kanäle, 40 Pay-TV-Kanäle und ein Video-on-Demand-Angebot genutzt werden. Ebenfalls Anfang 2006 erwarb die Deutsche Telekom die Rechte für die Internetübertragung der Fußball-Bundesliga via VDSL (Very high bit-rate Digital Subscriber Line). Theoretisch war zu diesem Zeitpunkt möglich, ca. 2,9 Millionen Haushalte an das Hochgeschwindigkeitsnetz anzuschließen. Allerdings ging sowohl die Deutsche Telekom als auch Goldmedia davon aus, dass die tatsächliche Nutzung deutlich geringer ausfallen wird.

In anderen europäischen Ländern ist IPTV relativ weit verbreitet, weil dort die Kabelnetze teilweise nur sehr schlecht ausgebaut sind und die Übertragung via DSL somit eine günstigere Alternative auch zum Satellitenempfang darstellt. In Deutschland sieht dies genau umgekehrt aus. Außerdem werden hier IPTV-Angebote in der Regel als Pay-TV-Angebote verkauft. In der Fülle von hunderten Free-TV-Programmen können sich diese in Deutschland deshalb nur schwerer durchsetzen als in anderen europäischen Ländern.

Nach der Einschätzung von Goldmedia stellt IPTV in Deutschland keine große Konkurrenz zur weit verbreiteten Kabel- oder Satellitenübertragung dar und erscheint daher für die Lokalsender nicht notwendig.³²⁵ Aktuell empfangen nur etwa 1,5 Prozent der Haushalte ihr Fernsehprogramm ausschließlich über DSL.³²⁶

Um mehr Reichweite und damit mehr Werbeeinnahmen generieren zu können, spielen neue Übertragungsplattformen trotzdem eine immer wichtigere Rolle. 66,67 Prozent der Befragten Lokal-TV-Stationen gaben im Fragebogen an, sie halten IPTV diesbezüglich für wichtig. Lediglich 33,33 Prozent der Befragten stehen diesem Vorschlag

³²⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 109

³²⁵Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 109 f.

³²⁶Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

skeptisch gegenüber, weil dies momentan noch keine Auswirkung auf die Wirtschaftlichkeit hätte und weil in der Fläche, vor allem im ländlichen Raum, Reichweiten wegen geringer Empfangsmöglichkeiten (z. B. Breitbandnetze) fehlen würden.³²⁷

7.3.2 Mobile TV (DMB & DVB-H)

Mittlerweile werden vermehrt kleine mobile Geräte, wie Handys, PDAs, MP3-Video-Player und eigenständige TV-Empfänger für den Empfang von Fernsehprogrammen genutzt. Vor allem die Mobilfunkbetreiber wollen auf diese Weise zusätzliche Mehreinnahmen generieren. Anbieter, wie T-Mobile, Vodafone oder O2 bieten Video-Abrufdienste über UMTS an. Auch Versuche, Fernsehprogramme für Entgelt über das Handy anzubieten, gab es bereits.

Dabei ist zwischen zwei Übertragungswegen zu unterscheiden. Einmal handelt es sich dabei um Rundfunktechnologien, wie DMB (digital media broadcasting) oder DVB-H (digital video broadcasting for handhelds). Bei DMB werden freie Frequenzen im L-Band des Digitalradionetzes (DAB) genutzt, DVB-H wird dagegen über DVB-T-Frequenzen verbreitet. DMB kann aber nach der Wellenkonferenz RRC06 (Regional Radiocommunication Conference) auch innerhalb der DVB-T-Frequenzmaske umgesetzt werden.

Zu Beginn der Fußballweltmeisterschaft 2006 startete beispielsweise Debitel zusammen mit dem Plattformbetreiber MFD (Mobiles Fernsehen Deutschland) in Großstädten, wie Berlin, München, Stuttgart, Frankfurt, Köln, Hamburg und Kaiserslautern das DMB-Angebot „Watcha“. Für monatlich 9,95 Euro bis 14,95 Euro standen den Kunden die Kanäle ZDF, N24, MTV und Entertainment TV zur Verfügung. Mittlerweile hält MFD die Lizenz, in allen Bundesländern verschiedene Fernsehprogramme über DMB zu verbreiten. Wegen des beschränkten Angebots ist dieser Übertragungsweg jedoch bislang noch relativ unattraktiv für Kunden. Im Mai 2008 wurde der Sendebetrieb wieder eingestellt, weil sich das DMB-Format beim Kunden nicht durchsetzen konnte.

Ebenfalls zu Beginn der Fußball-WM 2006 starteten die Mobilfunkbetreiber T-Mobile, Vodafone und O2 in Zusammenarbeit mit den Landesmedienanstalten ein DVB-H-Pilotprojekt in den Städten Berlin, Hamburg, Hannover und München. Dazu wurden ca. 1.000 Endgeräte an ausgewählte Testpersonen ausgegeben. Hier konnten wesentlich mehr Programme übertragen werden als bei DMB, wie beispielsweise ARD, ZDF, Nord3, BR, RBB, RTL, Sat.1, ProSieben, n-tv, N24, VOX, MTV Music, Eurosport und jeweils ein regionales Fernsehprogramm, wie Hamburg 1, TV Berlin, münchen.tv und MonA TV sowie verschiedene Hörfunkprogramme.

³²⁷Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

Besonders in solchen Gebieten, in denen das DAB-Netz bereits dicht ausgebaut wurde, bietet es sich an, die DMB-Technologie zu integrieren. Ende 2006 konnten nur vier Programme über DMB ausgestrahlt werden, weil im DAB-Netz lediglich deutlich schmalbandigere Frequenzblöcke zur Nutzung kamen. Deren kumulierte Bandbreite reichte nicht an ein DVB-H-Multiplex heran. Jedoch könnte man auch über DMB deutlich mehr Programme übertragen, wenn man eine Signalbandbreite von 8 MHz wie in den DVB-H Frequenzmasken nutzen würde. Solange das DVB-T-Netz aber nicht besser ausgebaut wird und in den Ballungsräumen die öffentlich-rechtlichen und privaten nationalen Sender die Frequenzen belegen, wird dafür kein Platz übrig sein. Mit einem bundesweiten DVB-T Multiplex im VHF-Bereich könnte dieser Engpass für DMB gelöst werden. Dieser Multiplex wird in allen Bundesländern aber vorrangig von der ARD genutzt. Diese müsste deshalb erst in einen anderen Frequenzbereich wechseln, damit der Multiplex frei wird. DVB-H ist dagegen nur im UHF-Bereich umsetzbar. Aber auch hier könnten durch Kanalverschiebungen Frequenzen frei gemacht werden.

Marktforschungen haben eine Zahlungsbereitschaft der Mobilfunknutzer von fünf bis zehn Euro/Monat für ein attraktives Fernsehangebot ergeben. Ende 2006 schätzte Goldmedia das Umsatzpotenzial von Mobile TV in Deutschland auf 450 Millionen Euro für das Jahr 2010 ein.³²⁸

Die Präsenz auf Mobile-Broadcasting-Plattformen könnte für die Lokalsender durchaus eine Chance bieten, mit beispielsweise lokalen News-Formaten, die auf eine Nutzungsdauer von zwei bis fünf Minuten ausgerichtet sind, ihre Markenbekanntheit zu vergrößern und vor allem neue (jüngere) Zuschauergruppen zu gewinnen. Die BLM hat deshalb das Pilotprojekt MI FRIENDS (Mobiles Interaktives Fernsehen, Radio, Information, Entertainment und Neue Digitale Services) initiiert, an dem 75 Partner aus neun Ländern beteiligt waren, bei dem die neuen mobilen Rundfunkangebote und Mediendienste über DMB erprobt werden sollten. Getestet wurde das Projekt in den Regionen München, Regensburg, Bodensee und Südtirol. In Regensburg startete das Projekt am 28.09.06 mit einer Laufzeit von zwei Jahren mit jeweils zwei Video- und Radiokanälen, wobei hier vermehrt lokale Inhalte im Fokus standen. An den übrigen Standorten startete das Projekt pünktlich zur Fußball-WM 2006. Ziel des Pilotprojekts war es, festzustellen, welche lokalen Radio- und Fernsehinhalte in welcher Form aufbereitet werden müssen, um beim Nutzer eine möglichst große Akzeptanz zu finden.³²⁹

³²⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 111 ff. und vgl. BLM: „DMB – Digital Multimedia Broadcasting“.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/tv_programme/dmb.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:14 Uhr)

³²⁹Vgl. Ebd., S. 113 f und vgl. dpa: „Mit dem Handy fernsehen. Zweijähriger Modellversuch in Regensburg gestartet“. In: Süddeutsche Zeitung, v. Fr., 29.09.06, S. 39

Beim Münchener Pilotprojekt konnten insgesamt 190 Testpersonen ein Angebot von 10 Hörfunk- und Fernsehprogrammen auf ihren Handys empfangen. Darunter waren beispielsweise Das Erste, das Bayerische Fernsehen, DSF, Focus TV, münchen.tv, Rock Antenne und weitere extra produzierte TV- und Hörfunk-Inhalte. Außerdem kamen noch die Programme von ZDF, N24, MTV und BigFM2see dazu, die bereits kommerziell über die Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH verfügbar waren. 80 Prozent der Testpersonen gaben in der Befragung an, mit der Bildqualität sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. Zudem lobten sie die unkomplizierte Bedienbarkeit der TV-Funktionen sowie die schnelle Programmauswahl. Die Empfangsreichweite des Angebots stellte sich dagegen als größtes Problem heraus. 75 Prozent wünschen sich ein größeres Sendegebiet. 21 Prozent der Befragten nutzten das Angebot vor allem bei Fahrten und Wartezeiten in öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Nutzung dominierten dabei vor allem aktuelle Informationen. Wenn sich die Befragten die Programme für ihre mobile Nutzung selbst zusammenstellen könnten, würden 61 Prozent den Sender ARD wählen, 50 Prozent das ZDF usw. Erst danach folgen die Unterhaltungssender, wie ProSieben und RTL. Rund 21 Prozent gaben an, das Angebot definitiv auch nach Testende weiter nutzen zu wollen. Lediglich 7 Prozent lehnten dies völlig ab. Die große Mehrheit sieht in dem Angebot durchaus Potenziale. Beispielsweise sollte es eine attraktive Angebotspalette von Endgeräten zu adäquaten Preisen geben. Es müsste das Angebot optimiert und durch speziell aufbereitete Inhalte sowie neue Technologien ein echter Mehrwert für den Nutzer hergestellt werden.³³⁰

Nachdem Mitte 2008 das Europäische Mobile Media Projekt MI FRIENS wieder eingestellt wurde, zeigt sich als Fazit, dass es neben nachhaltigen Optimierungen in Programm und Technik auch insbesondere innovativer Lösungsansätze für Geschäftsmodelle zur Refinanzierung von Infrastruktur- und Programmkosten bedarf. Eine Befragung der Testpersonen ergab, dass die deutliche Mehrheit der Nutzer nicht bereit ist, für eine mobile Rundfunknutzung zusätzlich Entgelte zu bezahlen.³³¹

DVB-H stellt eine speziell für den Handyempfang optimierte Weiterentwicklung des DVB-T-Standards dar. Gegenüber DMB lassen sich mit DVB-H deutlich mehr Programme in einem Multiplex übertragen, da dieser frequenz- und systemtechnisch bedingt viermal größer ist als bei DMB. Im März 2008 hatte die BLM die Genehmigung für das Konsortium Mobile 3.0, einem Joint Venture der MFD (Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH) und der NEVA Media GmbH, für drei Jahre erteilt, um ein Ver-

³³⁰Vgl. BLM: „Handy-TV: Der Konsument zwischen Wunsch und Wirklichkeit“. IN: Tendenz 1, 2007, S. 30.

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/30-31_dmb.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 17:30 Uhr)

³³¹Vgl. BLM: „DMB-Pilotprojekt MI FRIENDS“.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio_tv/tv_programme/dmb_pilotprojekt.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:15 Uhr)

suchsprojekt im DVB-H-Standard in Bayern durchzuführen. Allerdings konnte das Betreiberkonsortium das im Rahmen der Ausschreibung vorgelegte Gesamtkonzept nicht umsetzen. Ende Oktober gab die Mobile 3.0 ihre Lizenzen deshalb an die Landesmedienanstalten zurück. Bisher ist unklar, ob es einen Neustart von DVB-H in Deutschland geben wird.³³²

Die neue Studie „TV to come, TV to go“, die von der Agentur Interone veröffentlicht wurde, stellt fest, dass schon heute 49 Prozent der Befragten Laptops, Tablets, Smartphones etc. nutzen, um Fernsehinhalte oder Videos anzusehen. 67 Prozent der Befragten lassen das Fernsehgerät häufig nur nebenher laufen.³³³

Mobile TV empfinden 55,56 Prozent der befragten Lokalsender als wichtig und durchaus interessant, falls der finanzielle Aufwand dafür angemessen ist. 44,44 Prozent der Befragten glauben, dass Mobile TV bislang nicht relevant sei, weil es noch keine Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit hätte.³³⁴

7.3.3 Smart TV (HbbTV)

Zum Jahresende 2011 wurden in Deutschland insgesamt zwischen 5,6 und 6,7 Millionen Smart-TV-Geräte verkauft. Ihr Anteil am Absatz aller Fernsehgeräte lag daher zwischen 35 und 40 Prozent. Für 2012 wird erwartet, dass jeder zweite verkaufte Fernseher internetfähig sein wird. Nach der GfK lag Ende 2011 der Anteil der Haushalte, die in Deutschland über ein Fernsehgerät mit Internetanschluss verfügen, bei 15 Prozent. In den kommenden Jahren ist eine weitere deutliche Steigerung zu erwarten.³³⁵ Auch in anderen Ländern, wie Frankreich und Spanien hat sich HbbTV bereits als gängige Marktrealität etabliert.³³⁶

³³²Vgl. BLM: „DVB-H“.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/tv_programme/dvb_h.cfm?printmode=1 (Zugriff am 02.05.12 um 19:17 Uhr)

³³³Vgl. Schwegler, Petra: „Tablets verändern TV-Konsum – Interone entwirft Thesen für neue Werbung“, v. 07.05.12.

URL: http://wuv.de/nachrichten/media_marktforschung/tablets_veraendern_tv_konsum_interone_entwirft_thesen_fuer_neue_werbung (Zugriff am 10.05.12 um 13:46 Uhr)

³³⁴Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

³³⁵Vgl. BLM: „Grußwort von BLM-Präsident Siegfried Schneider zum BLM-Forum ‘Potenziale von Smart TV für das lokale Fernsehen’ am 25. April 2012“.

URL: www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/GWSchneider_SmartTV_250412.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 22:58 Uhr)

³³⁶Vgl. „HbbTV-Portal und einheitlicher Kanalplatz für Lokal-TV“.

URL: www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Bericht_zu_Veranstaltung_Smart_TV.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 23:08 Uhr)

Über 90 Prozent des Rundfunkmarktes in Deutschland warten mit HbbTV Angeboten auf.³³⁷ Die Apps auf den Smart-TV-Geräten verteilen sich dabei durchschnittlich wie folgt:



Abbildung 40: Durchschnittliche Verteilung von Apps auf Smart-TV-Geräten 8/2011³³⁸

Dabei gaben 15 Prozent der befragten Smart TV Nutzer in 2011 an, dass sie Fernsehsendungen über die Mediatheken eines Senders ansehen. Von denjenigen, die noch nicht über ein mit dem Internet verbundenes HbbTV-Gerät verfügten, prognostizierten weitere 23 Prozent, dass sie Mediatheken über den Fernseher verwenden würden, wenn ihr Fernsehgerät über die jeweilige Funktion verfügte. Jedoch nutzen erst 13 Prozent der Haushalte, die ihr Smart TV Gerät mit dem Internet verbunden haben, dieses auch. 2011 hatten 42 Prozent der Haushalte mit Smart TV Geräten den Fernseher über Kabel an das Internet angeschlossen, 25 Prozent über WLAN. Goldmedia prognostiziert, dass 2016 rund 20,1 Millionen Haushalte mindestens ein TV-Endgerät aktiv mit dem Internet vernetzt haben werden, das bedeutet rund die Hälfte aller Fernsehhaushalte. Des Weiteren sollen 2016 rund 35 Prozent der Haushalte, das sind 13,4 Millionen, über ein HbbTV Gerät erreichbar sein. Smart TV ermöglicht die direkte

³³⁷Vgl. Illgner-Fehns, Klaus: „Der Hybrid-Fernseh-Standart HbbTV – Stand der Anwendungen“, v. 25.04.12.

URL: www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Vortrag_Dr._Illgner-Fehns.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 23:00 Uhr)

³³⁸URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/120425_Goldmedia_Smart_TV_Lokal-TV_final.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 14:26 Uhr)

Abwicklung von Shopping-Prozessen, sodass hier weitere Werbeeinnahmen generiert werden können. Laut Goldmedia wäre es möglich, bis 2016 im schlechtesten Fall rund 350.000 Euro zusätzliche Werbeeinnahmen durch HbbTV und bestenfalls 930.000 Euro für die bayerischen Lokalsender insgesamt und pro Jahr zu erwirtschaften.³³⁹

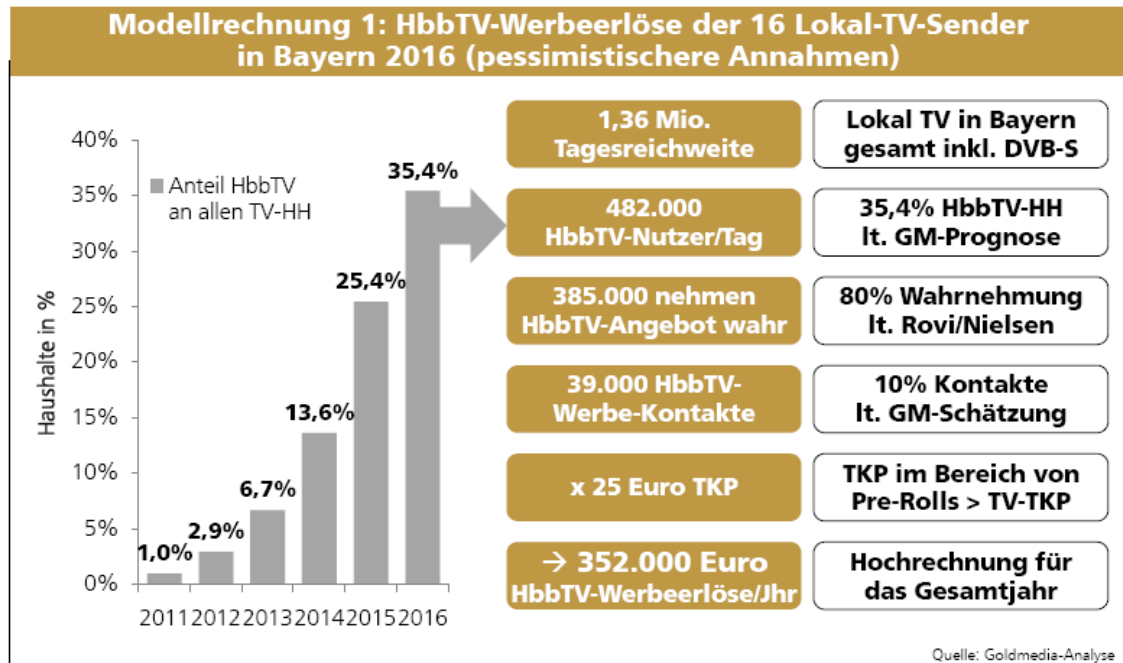


Abbildung 41: Modellrechnung 1: 350.000 Euro HbbTV-Werbeerlöse in 2016, 10 Prozent Werbekontaktrate, Tausend-Kontakt-Preis heutiger Online-Video-Ads³⁴⁰

³³⁹Vgl. Goldhammer, Klaus/Bikel, Mathias: „Potenziale von Smart TV für lokale Fernsehsender“, v. 25.04.12.

URL: www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/120425_Goldmedia_Smart_TV_Lokal-TV_final.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 23:03 Uhr)

³⁴⁰URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/120425_Goldmedia_Smart_TV_Lokal-TV_final.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 14:42 Uhr)

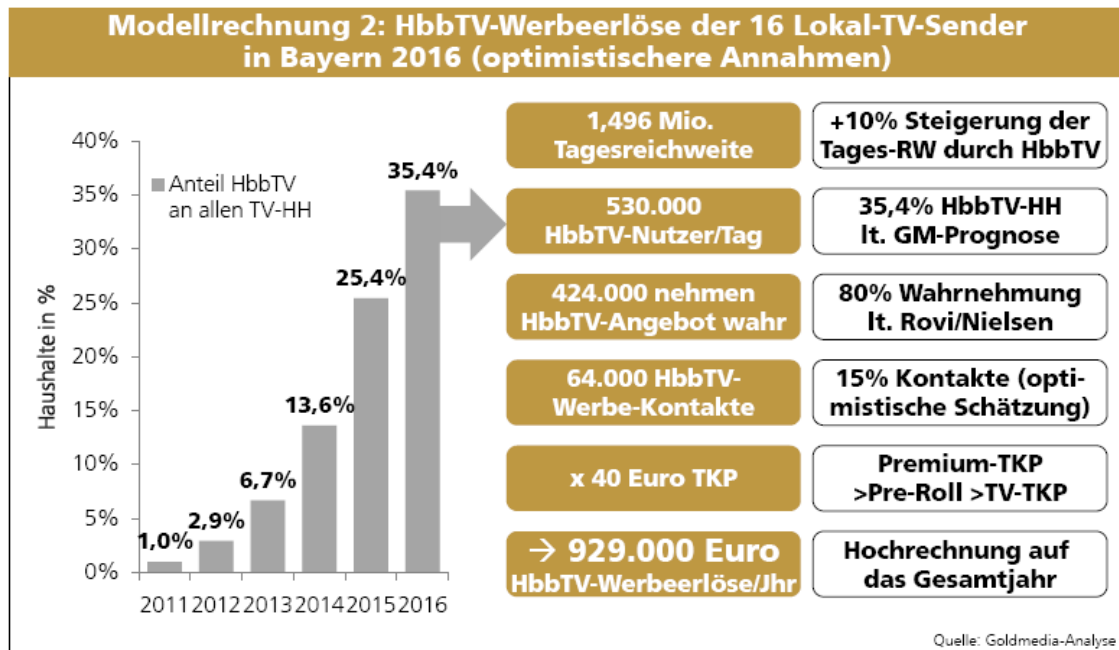


Abbildung 42: Modellrechnung 2: Rund 930.000 Euro HbbTV-Werbeerlöse in 2016, HbbTV-Reichweiteneffekt, 15 Prozent Kontakttrate, Premium-Tausend-Kontakt-Preis³⁴¹

Goldmedia fasst die Chancen von Smart TV für die lokalen Fernsehanbieter in fünf Thesen zusammen:

- Es ist keine Frage, ob, sondern nur noch wann praktisch alle TV-Geräte online sein werden.
- Für Lokal-TV-Anbieter bedeutet Smart TV zunächst eine Möglichkeit, Zuschauererreichweiten zu steigern.
- Mittel- und langfristig entstehen neue Erlöspotenziale durch interaktive Werbung und E-Commerce.
- TV-Sender werden Smart TV-Services anbieten müssen, denn TV wird immer mehr On Demand und A3: anywhere, anytime any device.
- Klassisches lineares TV wird zunehmend erweitert durch Multi-Plattform, Social-Networks und Second Screens.³⁴²

Im Folgenden soll daher geprüft werden, wie ein entsprechendes HbbTV-Portal für die bayerischen Lokalsender aussehen könnte bzw. welche Maßnahmen die Bayerische Medien Technik bereits zur Verwirklichung ergriffen hat.³⁴³

³⁴¹URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnbm/120425_Goldmedia_Smart_TV_Lokal-TV_final.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 14:46 Uhr)

³⁴²gl. Ebd.

Das in Aussicht gestellte Förderprogramm der Bayerischen Staatsregierung³⁴⁴ ermöglicht es der BLM wie bereits gesagt, bis Ende 2016 zehn Satellitenkanäle für die bayerischen Lokalprogramme anzumieten. Diese Satellitenkanäle werden neben dem gewöhnlichen Fernsehbild auch eine HbbTV-Applikation beinhalten.

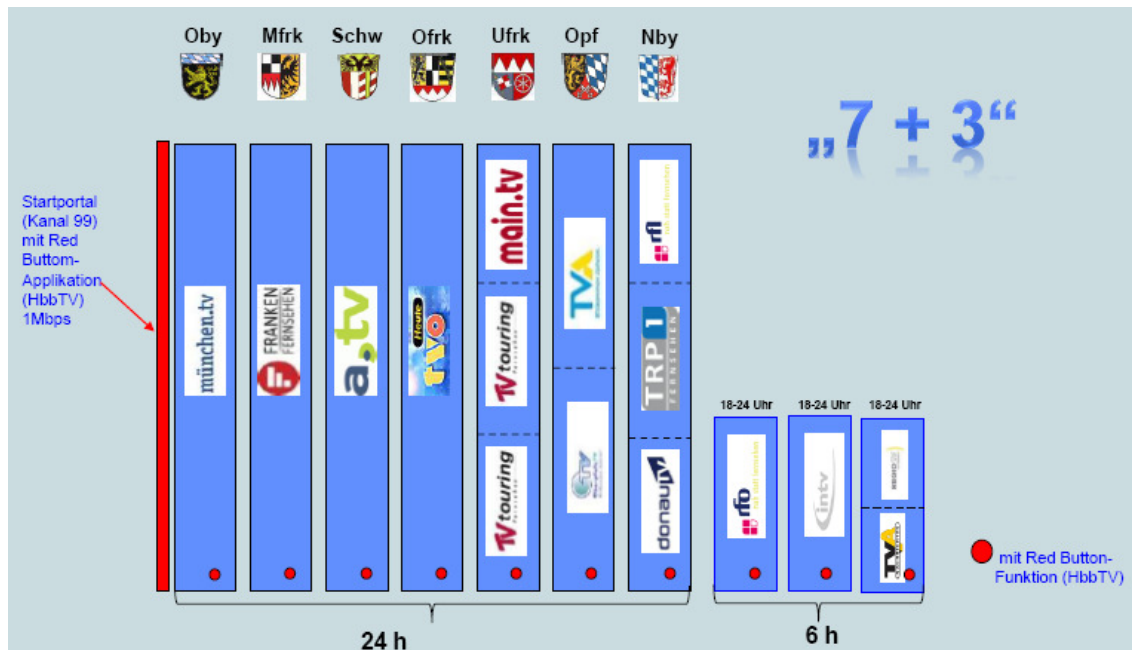


Abbildung 43: DVB-S-Kanal-Nutzung ab 01.01.2013 (Planung)³⁴⁵

Des Weiteren stehen Datenkapazitäten über Satellit im Umfang von 1 Mbps zur Verfügung, um über sie sowohl Standbilder zu übertragen (500 kbps) als auch ein HbbTV-Karussell (500 kbps). Durch diese Datenrate und den darin enthaltenen Applikationen bzw. Standbildern können Informationen über die lokalen Programme über Satellit angeboten werden sowie das sogenannte „Lokal-TV-Portal“ für Satellitenhaushalte mit HbbTV-Empfängsgeräten.

Durch die Nutzung des eigenen Internetangebots, wie Mediatheken können die lokalen Fernsehsender, die in der Regel nur zwischen wenigen Minuten und maximal 2 Stunden originäres Programm produzieren und ausstrahlen, ihr Angebot über HbbTV verlängern. Damit wird dem Zuschauer ein erweitertes Angebot von lokalen Inhalten dargeboten und ermöglicht theoretisch eine 24-Stunden-Präsenz. Den lokalen Anbietern eröffnen sich dadurch neue Erlöspotenziale und vor allem eine größere Zuschau-

³⁴³Vgl. BLM, HbbTV Projekt, 2012, S. 1 - 15

³⁴⁴Nur unter der Prämisse, dass der Landtag zustimmt.

³⁴⁵URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 10:40 Uhr)

erbindung. Außerdem werden über diesen Übertragungsweg zusätzlich die Live-Streaming-Angebote der jeweiligen Sender verfügbar gemacht.

Es existiert ein Standbild des Lokal-TV-Portals, das zur Information aller digitalen Satellitenhaushalte dient. Dort wird gezeigt, welcher Lokalsender wann sendet. Dieses Standbild ist bereits jetzt schon über digitalen Satellitenempfang zu sehen. Den interaktiven Teil des Portals können nur die Satellitenhaushalte nutzen, die über hybride Empfangseinheiten verfügen und diese an das Internet angeschlossen haben. Damit sind HbbTV-fähige IPTV-Geräte oder HbbTV-taugliche Receiver gemeint.

So sieht die Startseite beispielsweise momentan aus:



Abbildung 44: Der "Kanal 99" bei ASTRA: Standbilder für Lokalfernsehen über Satellit, bisherige Startseite³⁴⁶

Über 1.000 Programme, die über Satellit zur Verfügung stehen, erschweren die Auffindbarkeit des jeweiligen Lokalprogramms. Das Lokal-TV-Portal soll deshalb in Zukunft auf dem Kanal 99 platziert werden.

Zwar halten sich nur wenige Gerätehersteller an die Sortierung der Kanäle nach dem Logical Channel Numbering (LCN), doch über einen Sendersuchlauf soll zukünftig das Lokal-TV-Portal über eine einheitliche Senderkennung auffindbar sein.

³⁴⁶URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 10:37)

Durch Gespräche mit Geräteherstellern konnten teilweise bereits Vereinbarungen getroffen werden, dass das Lokal-TV-Portal auf dem Kanalplatz 99 fix voreingestellt wird. Die Standbilder des Portals enthalten die jeweiligen Kanäle und Frequenzen, auf denen die lokalen Fernsehprogramme seit 30.04.12 über ASTRA ausgestrahlt und in jedem Satellitenhaushalt gesehen werden können. Die umlaufenden Tafeln, wie unten abgebildet, listen alle lokalen Fernsehprogramme auf und weisen auf die jeweilige Nutzung hin. Derzeit beteiligen sich dabei Lokalsender aus Bayern, Baden-Württemberg und Hessen.



Abbildung 45: Der "Kanal 99" bei ASTRA: Standbilder für Lokalfernsehen über Satellit, 1. Seite der empfangbaren Lokalprogramme³⁴⁷

Die zweite Hälfte der zusätzlichen Datenraten wird für das HbbTV-Karussell benutzt. Dieses „Lokal-TV-Portal“ richtet sich an alle Satellitenhaushalte mit HbbTV-Empfängern und öffnet sich zunächst automatisch. Anschließend wird dann eine weitere Navigation zu den über Satellit oder Internetstreaming angebotenen lokalen Fernsehprogrammen ermöglicht. Folgende Abbildung zeigt die gesamte Navigation für den Empfang ohne HbbTV-Empfänger auf der linken Seite und mit diesem auf der rechten Seite.

³⁴⁷URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 10:35 Uhr)

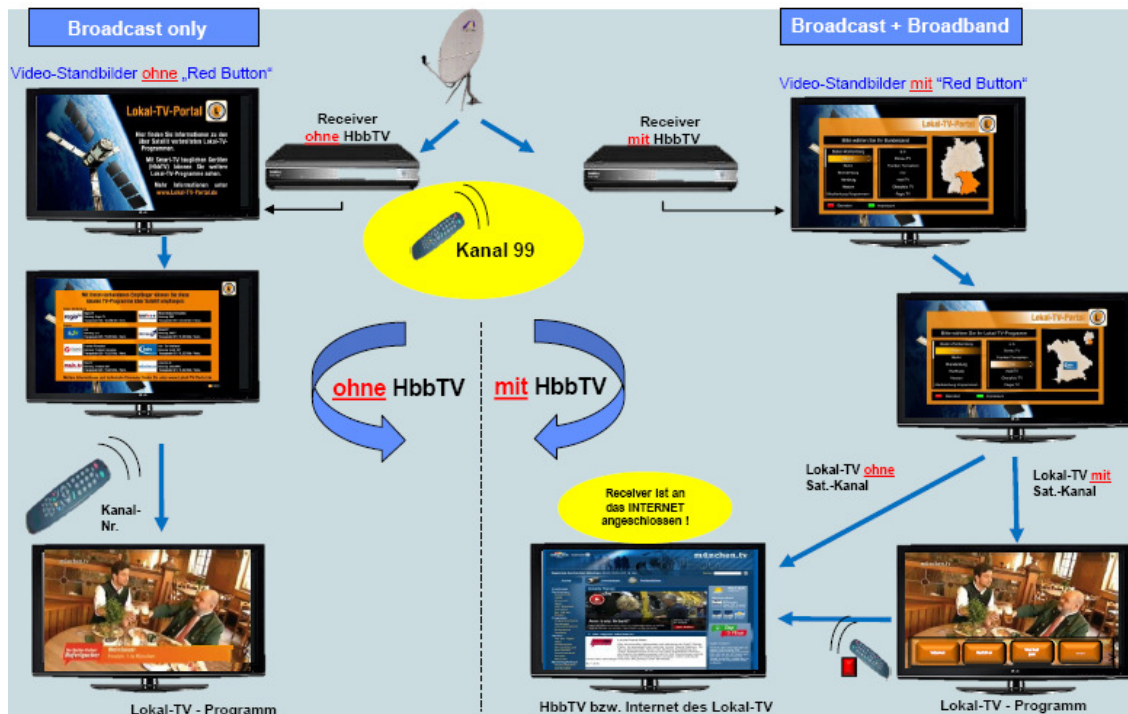


Abbildung 46: HbbTV-Portal für Lokalfernsehen über Satellit³⁴⁸

Im Übrigen sollen in Zukunft *alle* lokalen TV-Angebote über den Kanal 99 gefunden werden. Das heißt, nicht nur die bayerischen Lokalprogramme, sondern alle Lokalsender deutschlandweit.

Nachdem sich das Lokal-TV-Portal in der ersten Navigationsebene selbstständig geöffnet hat, wird eine Auswahlmöglichkeit über die jeweiligen Bundesländer gegeben. Wenn sich ein Bundesland beispielsweise noch nicht an diesem Portal beteiligt, erscheint in der zweiten, rechts daneben liegenden Navigationsebene die Information, dass für dieses Bundesland noch keine Lokalprogramme empfangbar sind.

Bei einer aktiven Mitwirkung werden beim Auf- und Abscrollen zwischen den Bundesländern in der gleichen Spalte die jeweiligen Informationen dazu gezeigt. Entweder erscheinen dort dann die Namen der jeweiligen Lokalprogramme oder der Name des Internetportals, über das die weitere Navigation erfolgt. Bei der Gestaltung ist jedes teilnehmende Bundesland frei. In der rechten Spalte erscheint zusätzlich eine Karte, in der das jeweils ausgewählte Gebiet kenntlich gemacht wird. Das ist deshalb notwendig, weil man bislang nicht von jedem Namen eines Lokalsenders auf sein Verbreitungsgebiet schließen kann.

³⁴⁸URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 10:44 Uhr)



Abbildung 47: HbbTV-Portal für Lokal-TV: Navigation Bundesländer (ohne Beteiligung)³⁴⁹

In die mittlere Spalte der Navigationsebene gelangt der Nutzer, indem er mit den Pfeiltasten auf der Fernbedienung nach rechts wechselt oder „OK“ drückt.

³⁴⁹URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 11:34 Uhr)



Abbildung 48: HbbTV-Portal für Lokal-TV: Navigation Bundesländer mit Lokal-TV³⁵⁰

Durch Auf- und Abscrollen erfolgt die Programmauswahl. Außerdem werden weitere Informationen in der rechten Spalte angegeben. Das können grafische Elemente, wie Karten sein oder Informationen zu den Sendezeiten usw. der einzelnen Lokalprogramme. Ist das ausgewählte Programm derzeit nicht auf Sendung, wird das in einem Hinweis angezeigt. Sobald der Zuschauer sein gewünschtes Lokalprogramm gefunden hat, wird er durch das Drücken der „OK“-Taste direkt mit dem Satellitenkanal des jeweiligen Lokalsenders verbunden. In nachfolgender Abbildung ist exemplarisch das Fernsehbild von münchen.tv dargestellt. Gleichzeitig sieht man die weiterführenden „red button“-Funktionen, die über HbbTV möglich sind.

³⁵⁰URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 11:38 Uhr)



Abbildung 49: "red-button"-Funktion bei Lokal-TV³⁵¹

Ist ein Programm gerade nicht auf Sendung, z. B. wegen Nutzung eines Satellitenkanals im time-sharing mit anderen Anbietern, wird der Zuschauer durch Drücken der „OK“-Taste direkt mit dem Internetauftritt des jeweiligen Lokalsenders verbunden. So ist das Angebot weiterer Inhalte für den Verbraucher auch außerhalb der originären Sendezeiten möglich. Auf der Internetseite können dann Livestreaming-Angebote oder Mediatheken genutzt werden.

³⁵¹URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.05.12 um 11:47 Uhr)



Abbildung 50: Internetangebot eines Lokalsenders am Beispiel von intv³⁵²

Die Lokalsender müssen sich bisher gegenüber einer Vielzahl von Anbietern im Wettbewerb über Satellit behaupten. Die Chance der Wahrnehmung durch den Zuschauer war deswegen bisher eher gering. Durch das Lokal-TV-Portal wird jedoch ein leicht auffindbarer Auftritt eines jeden Lokalsenders in HbbTV-Haushalten ermöglicht. Nach der Auswahl des jeweiligen Bundeslandes folgt die individuelle Auswahl des gewünschten Lokalprogramms. Die entsprechenden Zeilen im Portal werden mit einer vom jeweiligen Anbieter festgelegten URL verbunden, sodass der Nutzer auch direkt auf die entsprechende Internetseite (incl. Mediathek) zugreifen kann.

Die Internetbilder müssen aber noch auf den HbbTV Standard angepasst werden.

Die jeweiligen Bundesländer sind bei der Gestaltung ihrer Navigationsebene also frei, jedoch wurde bereits mitgeteilt, dass beispielsweise für alle lokalen Angebote in Berlin und Brandenburg an einem gemeinsamen Internetportal gearbeitet wird. Dies soll noch Ende 2012 starten. Theoretisch wäre es auch möglich, statt der Einzelauflistung der lokalen Programme in der mittleren Spalte nur auf ein Internetportal zu verweisen, das dann wiederum über alle lokalen Programmangebote im jeweiligen Bundesland informiert und navigiert.

Die Kosten für die angemietete Datenkapazität bei der SES Platform Services, das laufende Managing des Portals und die Entwicklung und Bereitstellung einer Toolbox, die

³⁵²URL: http://www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 28.06.12 um 11:53 Uhr)

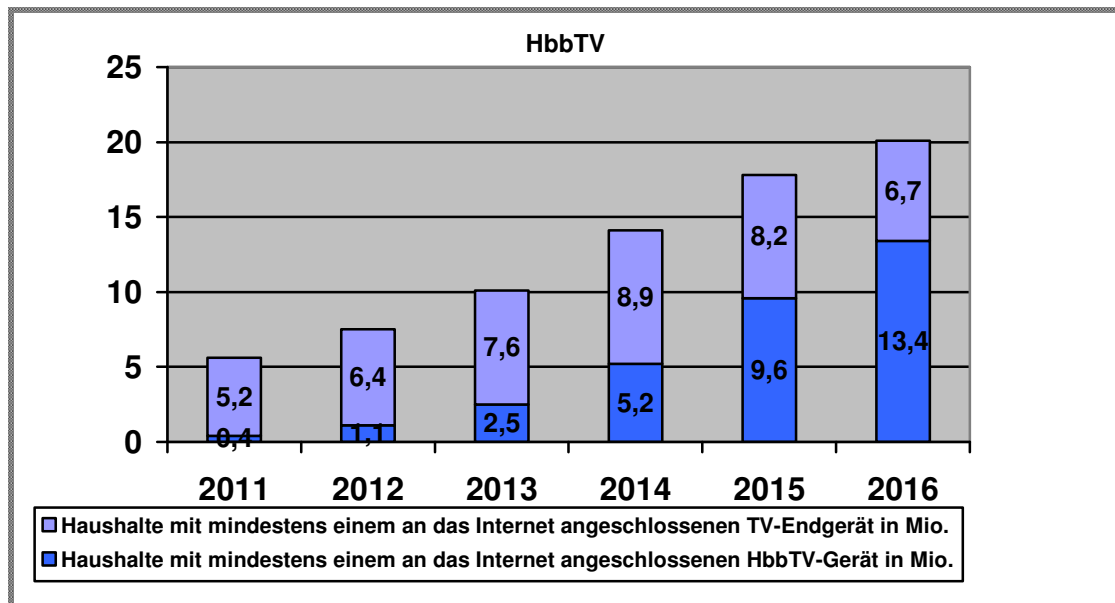
grundlegende Anpassungen von Internetangeboten auf den HbbTV-Standard ermöglicht, liegen bei ca. 300.000 Euro pro Jahr. Dabei werden über eine Tochtergesellschaft der BLM, der Bayerischen Medien Technik GmbH (BMT), alle Dienstleistungen der lokalen Anbieter vertraglich abgewickelt sowie das Lokal-TV-Portal betrieben und weiter entwickelt.

Für die Beteiligung anderer Bundesländer ist eine entsprechende Vororganisation notwendig.

Für den interaktiven Teil des Portals entstehen Kosten in Höhe von 300.000 Euro jährlich, die zu gleichen Teilen auf die teilnehmenden Partner umgelegt werden. Zusätzlich wird eine Pauschale von 50.000 Euro jährlich für jeden Partner fällig, der die lokalen Anbieter eines Bundeslandes über das Portal navigieren lassen möchte. Bei bis zu 6 Partnern verbleibt diese Pauschale stabil. Im Falle eines Überschreitens dieser Teilnehmerzahl reduziert sich die Pauschale entsprechend anteilig.

Seit 30.04.12 ist das Lokal-TV-Portal über ASTRA empfangbar. Bis dato gibt es lediglich ein paar Grundfunktionen, wie umlaufende Standbilder für alle Satellitenhaushalte und ein HbbTV-Portal mit Verlinkung auf die jeweiligen Satellitenkanäle der Lokalsender. Das Layout und einige Grundfunktionen können also schon begutachtet werden. Mit einem HbbTV-Empfangsgerät sind auch schon die Funktionen des Lokal-TV-Portals zum Test verfügbar.

Aktuell werden intensive Kontakte zu den einzelnen Anbietern gepflegt und Workshops durchgeführt, um die entsprechend handelnden Personen in den Sendern zu schulen. Außerdem sollen spezielle Panels zum Thema durchgeführt werden. Für den 01.01.2013 ist der offizielle Start des Lokal-TV-Portals vorgesehen. Im Vorfeld werden vermehrt Öffentlichkeitsmaßnahmen durchgeführt, um bis dahin eine Vielzahl von Partnern und deren Lokal-TV-Angebot in die Plattform zu integrieren. Eine Umsetzung ins Kabel ist mittelfristig ebenfalls angedacht.



Quelle: Goldmedia

Abbildung 51: HbbTV-Entwicklung in Deutschland 2011 - 2016, Zahl der Haushalte mit min. einem vernetzten TV-Endgerät und Zahl der Haushalte mit min. einem vernetzten HbbTV-Gerät³⁵³

Nach einer Studie der Goldmedia Strategy Consulting wird bis zum Jahr 2016 rund jeder zweite Haushalt in Deutschland seinen Fernseher an das Internet anschließen, entweder direkt oder über einen digitalen Receiver. Wie oben abgebildete Grafik zeigt, wird der Anteil der Haushalte, die ein HbbTV-Gerät an das Internet angeschlossen haben, in 2016 bei fast 35 Prozent liegen. Das entspricht 13,4 Millionen Haushalten. Laut Goldmedia ist mit HbbTV das größte Potenzial für Zusatzeinnahmen für Lokalsender geben. Das Empfangspotenzial sei besser ausschöpfbar und somit könnten die Lokalsender zukünftig mehr Werbeeinnahmen generieren. Durch die bereits erwähnte „red button“-Funktion könnten lokale Werbespots zukünftig interaktiv gestaltet und damit deutlich stärker zum Abverkauf genutzt werden. Außerdem lassen sich hier die Werbemittelkontakte direkt messen.

In zwei Modellrechnungen stellte Goldmedia dar, dass die bayerischen Lokalsender bereits ab 2016 auf der Basis der dann verfügbaren technischen Reichweite durch die Einbuchung von HbbTV-Spots zusätzlich insgesamt zwischen 350.000 und 930.000 Euro pro Jahr erwirtschaften könnten.³⁵⁴

³⁵³URL: http://www.blm.de/apps/press/data/pdf1/Grafik_Entwicklung_von_HbbTV_in_Deutschland_2011-2016.pdf (Zugriff am 13.06.12 um 19:06 Uhr)

³⁵⁴Vgl. BLM: „HbbTV beinhaltet Chancen für Lokalfernsehen – Smart-TV-Anwendungen können Reichweite und Umsätze lokaler TV-Anbieter erhöhen“, v. 25.04.12.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1741 (Zugriff am 13.06.12 um 19:06 Uhr)

Hybride Anwendungen für das Lokalfernsehen ermöglichen demnach eine Verlängerung des Programmangebots, gewährleisten eine dauernde Präsenz, bieten Alternativen zu anderen teuren Rundfunkübertragungswegen, ermöglichen eine Archivnutzung über die regionale Mediathek und stellen neue Erlösmodelle dar.³⁵⁵

Die Entwicklung von Smart TV bzw. HbbTV als neuen Übertragungsweg empfinden 77,78 Prozent der befragten Fernsehsender als sehr wichtig. Lediglich 22,22 Prozent glauben, das hätte noch keine Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit, weil dies vom Zuschauer noch nicht akzeptiert wäre.³⁵⁶ Grundsätzlich sollte die Chance, an neuen Entwicklungen zu partizipieren, jedoch nicht vertan werden. Möglicherweise ist es schwieriger bzw. teurer, „auf den Zug mit aufzuspringen“, wenn die Anlaufphase schon vorüber ist.

7.4 Erlöspotenziale

In 2010³⁵⁷ haben die lokalen und regionalen Fernsehanbieter Erträge von rund 36,8 Millionen Euro erwirtschaftet. Damit lagen sie um 800.000 Euro über dem Vorjahresergebnis. Unter anderem liegt dieser Zuwachs in den um rund 1 Million Euro gestiegenen Einnahmen aus überregionalen Werbeerlösen begründet. 65 Prozent der Einnahmen entfielen in 2010 auf Werbeerlöse, Auftragsproduktionen und Programmverkäufe sowie sonstige Einnahmen. Der Anteil der Einnahmen aus Fördermaßnahmen betrug 35 Prozent (Vorjahr: 40 Prozent). Damit haben die nach dem BayMG zur Verfügung gestellten Zuschüsse zur Förderung der Produktionskosten immer noch einen wesentlichen Anteil an der Finanzierung der lokalen und regionalen Fernsehangebote in Bayern. Insgesamt wurden an sie in 2010 4,15 Millionen Euro ausgeschüttet und zudem die technische Verbreitung der lokalen und regionalen Fernsehangebote mit 4,12 Millionen Euro gefördert. Aus dem Haushalt der BLM flossen zusätzlich 0,5 Millionen Euro und aus dem Finanzierungsbeitrag sowie der Programmförderung konnten Einnahmen in Höhe von 4,13 Millionen Euro erzielt werden. Nach der im Dezember 2009 geänderten Fernsehsatzung und der Neufassung der Finanzierungsbeitragsrichtlinie wurde seit 2010 als neue Bemessungsgrundlage (für den Finanzierungsbeitrag) die Anzahl der Fernsehhaushalte in Bayern festgelegt. Von den 4,23 Millionen Euro Ausschüttung entfielen 3,3 Millionen Euro auf die lokalen Fernsehangebote (Vorjahr: 1,3 Millionen Euro).

³⁵⁵Vgl. Müller, Reiner: „Potenziale von Smart-TV für lokales Fernsehen – HbbTV für Lokal-TV“, v. 25.04.12.

URL: www.medienpuls-bayern.de/uploads/tx_fnblm/Mueller_Smart-TV_-_Lokal_TV.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 23:05 Uhr)

³⁵⁶Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

³⁵⁷Aus dem Jahr 2010 stammen die aktuellsten offiziellen Zahlen zur Einnahmen- und Kostensituation der bayerischen Lokalsender

Im gleichen Zug wurde die klassische Ablösesumme für die Abendwerbeschiene, die bisher ein Volumen von ca. 2,5 Millionen Euro hatte, abgeschafft. Die Werbeeinnahmen betrugen insgesamt rund 15,1 Millionen Euro.³⁵⁸

7.4.1 Werbeeinnahmen

Wie sich die nationalen bzw. überregionalen Werbeeinnahmen auf Grund der gemeinsamen Vermarktung durch TV Bayern ab dem Herbst 2013 entwickeln werden, kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht genau gesagt werden. Laut Johannes Muhr, dem Geschäftsführer von TV Bayern, ist jedenfalls schon ab 2013 durch die Aufschaltung von zehn Satellitenkanälen mit einer leichten Steigerung der Werbeeinnahmen zu rechnen. Durch die Berücksichtigung der nationalen Werbevermarktung kann aber überdies auf jeden Fall davon ausgegangen werden, dass zusätzliche Einnahmen generiert werden. In welcher Höhe sich diese bewegen, wird man schätzungsweise erst nach einer gewissen Eingewöhnungsphase sagen können.

Seit 2002 sind die lokalen Werbeeinnahmen annähernd konstant geblieben, stagnieren jedoch seit einigen Jahren, weil in letzter Zeit weder die Zahl der Werbekunden gesteigert werden konnte noch Preiserhöhungen im Markt durchzusetzen waren. Nach Ansicht von Goldmedia lässt sich auch der Vermarktungsdruck kaum weiter erhöhen, obwohl die meisten Lokalsender über einen gut strukturierten Vertrieb mit durchschnittlich vier Verkäufern und dem Geschäftsführer, der in der Regel ebenfalls intensiv in die Vermarktung eingebunden ist, verfügen. Allerdings sind im Verbreitungsgebiet innerhalb seiner vorgesehenen Begrenzung alle größeren Kunden bereits mehrfach angesprochen worden. Durch eine Befragung von Goldmedia ergab sich, dass nach Ansicht der Anbieter das tatsächliche Werbemarktpotenzial nach vielen Jahren intensiver Marktbearbeitung annähernd ausgeschöpft ist.³⁵⁹

Bei Analyse der Vermarktungs- und Preisstruktur stellt sich heraus, dass die Spotvermarktung im Lokalfernsehen eine andere Organisationsstruktur verfolgt im Vergleich zum Radio oder bezüglich großer nationaler Sender, bei denen jede einzelne Werbesekunde vermarktet wird. Die bayerischen Lokalsender hingegen vermarkten ihre Werbeplätze auf Tagesbasis, da sie durchschnittlich nur eine Stunde originäres Programm produzieren, das dann mehrmals am Tag wiederholt wird. Eine Reichweitenmessung im Tagesverlauf, wie sie bei den nationalen Sendern oder mittlerweile auch bei TV

³⁵⁸Vgl. BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 47 ff. und vgl. VPRT: „Marktprognose 2011“.

URL: <http://www.vprt.de/verband/presse/pressemitteilung/content/vprt-ver%C3%B6ffentlicht-marktprognose-2011-2011?c=4> (Zugriff am 16.04.12 um 19:31 Uhr) – Allerdings bezieht sich die Studie auf alle privaten Fernsehanbieter deutschlandweit.

³⁵⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 115

Bayern durch die AGF/GfK durchgeführt wird und notwendig für eine spotgenaue Vermarktung mit unterschiedlichen Preisen je nach Ausstrahlungszeitpunkt wäre, ist für die Lokalsender einerseits zu teuer. Andererseits wären diese Einzelreichweiten zu bestimmten Uhrzeiten einfach zu gering, um sie vermarkten zu können (Stand: 2006).

Eine Preisdifferenzierung findet lediglich für Spots innerhalb und außerhalb der Nachrichtensendung statt. Werbung in der ersten halben Stunde kann vor allem deshalb teurer verkauft werden, weil diese auch im RTL-Fenster um 18:00 Uhr ausgestrahlt wird und daher höhere Reichweiten erzielt. Die Tagessekundenpreise für Werbung variieren bei den bayerischen Lokalsendern zwischen 8 und 16 Euro.

Sender	Techn. RW im Kabel in HH	Preis/Sek. Nachrichten	Sender	Techn. RW im Kabel in HH	Preis/Sek. Nachrichten
Tele Regional Passau	55.700	9,00	TV Allgäu Nachrichten	170.800	8,00
TV touring Aschaffenburg	60.300	16,00	TV touring Würzburg	182.700	16,00
RF Landshut	69.400	8,00	RF Ober- bayern	215.100	11,00
TV touring Schweinfurt	94.500	16,00	TV Augsburg	218.700	13,00
Donau TV	99.000	9,50	TV Ober- franken	293.200	13,00
Oberpfalz TV	212.500	11,50	RTL Fran- ken Franken TV	669.000 671.000	15,00
INTV	157.500	13,60	RTL Mün- chen münchen.tv	959.000 1.100.000	52,50
TVA Ostbayern Regensburg	164.400	13,00			

Quelle: Lokal-TV-Anbieter, Kontakter Spots Fernsehen Q3 2006, BLM, Goldmedia-Analyse

Tabelle 20: Tagespreis pro Sekunde für Spots innerhalb der Nachrichtensendung mit RTL-Fenster in Euro, Stand: 2006³⁶⁰

Die verschiedenen Preisstrukturen hängen nicht nur von den unterschiedlichen technischen Reichweiten ab, die von der Funkanalyse jährlich neu ermittelt und anhand derer die Spots vermarktet werden. Auch die Wettbewerbsintensität im lokalen Werbemarkt, also die Zahl der lokalen Werbeträger, wie Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Lokalradios, Außenwerbung etc. und der Vermarktungsdruck, den diese Werbemedien aufbauen, beeinflussen die Preisgestaltung der Werbung. Goldmedia gab in ihrer Studie an, dass sich manche Lokalsender bei der Preisfindung anfangs allerdings durch das Teilnehmerentgelt beeinflussen ließen, weil sie sich eine lange Zeit nur zu einem Drittel aus Werbung finanzieren mussten. So konnten sie relativ tiefpreisig in den Markt gehen, um schneller Vermarktungserfolge zu erzielen.³⁶¹

Mittlerweile wurde ihnen dies möglicherweise zum Verhängnis, denn viele Lokalsender argumentieren jetzt, dass sie ihre Werbepreise nicht signifikant erhöhen könnten, weil die Werbekunden an das bestehende Preisniveau gewohnt wären.

Ein Vergleich der lokalen Fernsehsender und der lokalen Radios bezüglich der Preisstrukturen auf Basis des Tausend-Kontakt-Preises (TKP) zeigt, dass viele Fernsehan-

³⁶⁰Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 116

³⁶¹Vgl. Ebd., S. 116 f.

bieter trotz höherer Produktionskosten keine entsprechend höheren Werbepreise verlangen. Der TKP für die durchschnittliche Stundenreichweite der Lokalradios entspricht häufig dem TKP, der sich für die Tagesreichweite der Lokalfernsehsender ergibt. Oft liegt der TKP der lokalen Fernsehsender noch unter dem der Lokalradios.

Beim Radio erfolgt für die Werbekunden eine sekundengenaue Abrechnung. Um eine größere Nettoreichweite und einen entsprechenden Erinnerungseffekt zu erzielen, buchen die Kunden ihre Spots drei- bis viermal pro Tag ein. Da beim Radio jeder Spot einzeln bezahlt werden muss, investieren sie beim Radio insgesamt deutlich mehr Geld als bei einer Spotschaltung im lokalen Fernsehen.³⁶²

Stadt / Sendegebiet	Lokalradio	Ø TKP in Euro*	Lokal-TV	Tages-TKP in Euro**
Aschaffenburg	Radio Primavera	k.A.	TV touring Aschaffenburg	13,71
Augsburg	RT1 Hit Radio	7,92	TV Augsburg	6,96
	Radio Fantasy	7,03		
Bamberg	Radio Bamberg	8,56	TV Oberfranken	4,19
	Radio Galaxy	26,30		
Bayreuth	Radio Mainwelle	8,80		
Coburg	Radio Eins	6,50		
	Radio Galaxy	46,50		
Hof	extra-radio	9,00		
Deggendorf	Unser Radio Deggendorf	18,50	Donau TV	11,40
Ingolstadt	Radio IN	10,00	INTV	10,20
	Radio ND1	30,00		
Kaufbeuren	Radio Ostallgäu	12,78	TV Allgäu Nachrichten	4,90
Kempten	RSA Radio	7,68		
Landshut	Radio Trausnitz	4,98	RFL	16,00
München	Radio Charivari	3,65	RTL München Live	8,65
	ENERGY München	5,00		
	Radio Gong	4,19		

³⁶²Vgl. Ebd., S. 118

Stadt / Sendegebiet	Lokalradio	Ø TKP in Euro*	Lokal-TV	Tages-TKP in Euro**
Nürnberg	Radio Charivari	5,84	TV Franken / RTL Franken Life TV	4,21
	ENERGY Nürnberg	5,26		
	Radio Gong	5,14		
	Hit Radio N1	5,71		
	Radio F	5,97		
	star fm	22,80		
Regensburg	Radio Charivari	2,87	TVA Ostbayern Regionalfernsehen	7,50
	Radio Galaxy	3,60		
	gong fm	3,49		
Rosenheim	Radio Charivari	10,31	RFO	4,78
Schweinfurt	Radio Prima Ton	6,40	TV touring Schweinfurt	12,97
Weiden/Amberg/ Tirschenreuth	Radio Ramasuri	4,26	Oberpfalz TV	4,42
Würzburg	Radio Charivari	k.A.	TV touring Würzburg	12,00
	Radio Gong	k.A.		
Durchschnitt		9,86		9,76

*Basis: Durchschnittlicher Sekundenpreis 6:00 – 18:00 Uhr Mo. – Fr., Hörer pro Durchschnittsstunde

**Basis: Sekundenpreis für eine Spotplatzierung im Umfeld der Nachrichtensendung, Seher gestern

Quelle: Goldmedia Analyse auf Basis: Kontakter Spots Radio, Q3 2006, Mediadaten der Lokal-TV-Anbieter, Kontakter Spots Fernsehen Q3 2006, Funkanalyse Bayern 2006

**Tabelle 21: Vergleich Tausend-Kontakt-Preis Lokalradio
mit Tages-Tausend-Kontakt-Preis Lokalfernsehen, Stand: 2006³⁶³**

Auch im Vergleich zu den Anzeigenpreisen der Tageszeitungen sind die lokalen Fernsehspots günstiger. In der Relation des TKP der lokalen Fernsehsender bei einem 30-sekündigen Spot zum TKP der bayerischen Tagespresse für eine Anzeige s/w auf einer viertel Seite (im Anzeigenteil) ergibt sich, dass die Lokalsender ihre Spots im Verhältnis zur Reichweite zu rund einem Viertel der Anzeigenpreise anbieten. Wobei eine Anzeigenschaltung im redaktionellen Teil der Zeitung häufig sogar das Doppelte oder Dreifache kostet.³⁶⁴

³⁶³Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 119

³⁶⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 120

Mögliche zukünftige Entwicklungen

Zeitung	Verkaufte Auflage Mo. – Fr.	Ausgabe	Anzeigenpreis pro mm s/w in Euro Mo. – Fr.	¼ Seite im Anzeigen- teil	TLP in Euro
Augsburger Allgemeine Zeitung	105.239	Hauptausgabe	3,82	3.208,80	30,49
Main-Echo	88.896	Gesamtausgabe	2,85	2.394,00	26,93
Main-Post	138.231	Würzburg/ Schweinfurt	5,33	4.477,20	32,39
Fränkischer Tag	40.416	Bamberger- Stadt- und Landkreis	2,15	1.806,00	44,69
Nordbayerischer Kurier	39.511	Gesamtausgabe	2,04	1.713,60	43,37
Neue Presse	18.516	Hauptausgabe Coburg	1,54	1.293,60	69,86
Frankenpost	66.901	Gesamtausgabe	3,77	3.166,80	47,34
Donaukurier	39.406	Hauptausgabe	2,29	1.923,60	48,81
Allgäuer Zeitung	109.681	Gesamtausgabe	3,88	3.259,20	29,72
Die Abendzeitung	136.800	Ausg. München	5,06	4.250,40	31,07
Münchner Merkur	197.742	Großraum München	5,25	4.410,00	22,30
Nürnberger Nachrichten / Nürnberger Zt.	299.527	Gesamtausgabe	11,34	9.525,60	31,80
Mittelbayerische Zeitung	54.758	Regensburg- Stadt und – Land	3,07	2.578,80	47,09
Oberbayerisches Volksblatt	34.347	Rosenheim- Stadt und – Land mit Chiemgau Zeitung	1,84	1.1545,60	45,00
Der neue Tag	81.110	Gesamtausgabe	3,44	2.889,60	35,63
Durchschnitt					39,10

Quellen: www.Mediadaten.de, Media-Daten der Zeitungsverlage

Tabelle 22: Tausend-Leser-Preis der regionalen Tageszeitungen in Bayern, Stand: 2006³⁶⁵

³⁶⁵Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 120

Bei der Befragung der Lokal-TV-Anbieter durch Goldmedia ergab sich, dass die Anbieter zwar nach eigener Aussage die zwingende Notwendigkeit gesehen hätten, ihre Spotpreise über viele Jahre stabil zu halten, wobei als gewinnorientierte Unternehmen in den letzten Jahren regelmäßig eine Anhebung der Preise angestrebt wurde, dies wäre jedoch von vielen Werbekunden nicht akzeptiert worden. Sogar Reichweitzunwächse böten nach Erfahrung der Anbieter kaum eine Möglichkeit, die Preise zu erhöhen.³⁶⁶

Durch die neuerliche Befragung der 16 bayerischen Lokalsender stellte sich heraus, dass 22,22 Prozent der Befragten keine höheren Preise wegen des Streuverlustes oder der bestehenden Marktsituation von sinkenden Radio- und Anzeigenpreisen verlangen könnten. 11,11 Prozent der Befragten meinten, Imagewerbung sei keine Luxuswerbung, sondern notwendig für die Kunden, um dauerhaft bekannt zu sein. Hätte man genug Kunden, könne man auch die Werbepreise erhöhen. 66,67 Prozent der Lokalsender begründeten das Hindernis, höhere Preise für ihre Fernsehwerbung zu verlangen damit, dass

- die Preise bereits über denen anderer Wettbewerber liegen würden,
- die Preise zurzeit angemessen seien bzw. bereits ein angepasstes Preisniveau mit marktgerechten Preisen bestehen würde
- ihre Preise aktuell nicht weit entfernt von denen der Radio- oder Printwerbung liegen würden und im Zuge der Reichweitenverbesserung durch die neuen Satellitenkanäle eine Preiserhöhung geplant sei.³⁶⁷

Wie aufgezeigt, ist der intensive Wettbewerb im lokalen Werbemarkt sicherlich unter anderem ein Hemmnis für Preissteigerungen. Neben einer großen Anzahl von Tageszeitungen besitzt der Kunde auch die Möglichkeit, bei 66 Radiosendern³⁶⁸ Anzeigen bzw. Spots zu schalten. Auf Grund dieser Radiodichte, die in Bayern besonders ausgeprägt ist, und dem damit verbundenen Preisdruck haben es die bayerischen Lokalsender hier schwerer, ihre Spots zu vermarkten als beispielsweise in benachbarten Bundesländern.³⁶⁹

³⁶⁶Vgl. Goldhammer et al, Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 121

³⁶⁷Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

³⁶⁸Aktuell existieren 64 terrestrische, via UKW-Frequenzen verbreitete Lokalradioprogramme, das landesweite Hörfunkprogramm Antenne Bayern, zwei Aus- und Fortbildungsprogramme, ein Zulieferprogramm für Lokalradios (BLR), drei Kabelradios sowie 15 Digital-Radio-Stationen auf Sendung. Vgl. BLM: Radioprogramme.

URL: http://www.blm.de/de/pub/radio___tv/radioprogramme.cfm (Zugriff am 25.06.12 um 20:11 Uhr)

³⁶⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 121

Der hauptsächliche Faktor dafür, dass Werbeflächen im Lokalfernsehen eine günstigere Preisstruktur aufweisen als beispielsweise Anzeigen in Tageszeitungen oder Spots im Lokalradio, liegt vornehmlich aber darin, dass Fernsehwerbung für den Einzelhandel nur ein ergänzendes Werbemedium darstellt. Fernsehwerbung wird im lokalen Werbemarkt vor allem als Imagewerbung genutzt. Werbung in der Zeitung und dem Radio zielen dagegen direkt auf den Abverkauf ab und vor allem lässt sich der Erfolg dadurch direkt am Umsatz messen. Goldmedia kommt deshalb zu dem Ergebnis, dass lokale Fernsehsender, die ebenfalls Abverkaufswerbung anbieten wollen, um am lokalen Werbemarkt zu bestehen, diese deutlich unter den Preisen von Zeitung und Radio anbieten müssen. Imagewerbung dagegen erscheint als Luxus, von dem Goldmedia ausgeht, dass sich lokale Werbekunden nur hin und wieder leisten. Während Abverkaufswerbung regelmäßig geschaltet wird, findet Imagewerbung nur in sehr unregelmäßigen Abständen statt. Deshalb ist es für die Lokalsender auch schwierig, bei der Imagewerbung auf Stammkunden zu zählen. Es müssen immer neue Großkunden akquiriert werden. Jedoch sind in einem bestimmten Versorgungsgebiet alle Kunden irgendwann einmal angesprochen worden. Es könnte deshalb sein, dass die Einnahmen aus Imagewerbung zwangsläufig ab einem bestimmten Zeitpunkt stagnieren.

Mittlerweile bieten viele Lokalsender deshalb verstärkt Kooperationen und Sonderwerbeformen an, um die Defizite aus der Imagewerbung auszugleichen. Besonders gut lassen sich zum Beispiel Titel bzw. Teaser von Sport- und Wirtschaftssendungen vermarkten.

In ihrer Studie von 2006 stellte Goldmedia fest, dass das Angebot direkter Abverkaufswerbung bisher von den Lokalsendern nicht angestrebt wurde. Möglicherweise, so Goldmedia, scheuen diese den direkten Erfolgsvergleich mit Anzeigen und Radiospots.³⁷⁰

Diese Situation hat sich mittlerweile zum Teil geändert. Bei der Befragung der Lokalsender stellte sich heraus, dass 55,56 Prozent der Lokal-TV-Stationen bereits gezielter Abverkaufswerbung anbieten und sich dies bereits gelohnt hätte. 44,44 Prozent der Befragten gaben an, sie hätten solche Konzepte zwar schon ausprobiert, es hätte sich an der wirtschaftlichen Situation dadurch aber nichts verändert.³⁷¹

Goldmedia ging auf Basis der bis dahin gemachten Erfahrungen der Anbieter davon aus, dass sich der Stellenwert von Lokalfernsehwerbung zukünftig nicht verbessern würde und eine Steigerung der Spotpreise deshalb nicht realistisch sei. In den nächs-

³⁷⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 122

³⁷¹Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

ten Jahren können deswegen keine größeren Werbeumsatzsteigerungen erwartet werden.³⁷²

Ein fehlendes RTL-Fenster im digitalen Kabel bei einer steigenden Digitalisierungsrate könnte zu erheblichen Reichweitenverlusten und damit sinkenden Werbeeinnahmen führen. Goldmedia prognostizierte in 2006 bereits, dass dies zwar bis 2010 für die zentrale Vermarktung noch keine entscheidende Rolle spielen würde, weil vielen der Unterschied zwischen analog und digital nicht in vollem Umfang bewusst wäre. Auch bisher hatten Reichweitenschwankungen noch keine signifikanten Auswirkungen auf die Werbeeinnahmen. Doch dauerhaft sinkende Reichweiten und ein fehlendes RTL-Fenster würden sich negativ auf die Werbeeinnahmen auswirken. Wie erwähnt, strebt die BLM die Einspeisung des lokalen RTL-Fensters in das digitale Kabel noch Ende 2012 an. Dadurch könnten wieder zusätzliche Reichweiten und infolgedessen eventuell sogar steigende Werbeeinnahmen generiert werden.

Auch durch die Aufschaltung von zehn Satellitenkanälen für die Lokalsender ab 01.01.2013 sollen die Werbeeinnahmen Schätzungen zufolge um 8 Millionen Euro auf 22 Millionen Euro jährlich im Vergleich zu diesem Jahr (2012) steigen.³⁷³

Weitere Umsatzsteigerungen könnten im Bereich Sponsoring erzielt werden. In der zweiten halben Stunde laufen bei den meisten Lokalsendern vornehmlich Spartenprogramme aus den Bereichen Kultur, Brauchtum, Politik, Wirtschaft und Sport. Diese Beiträge lassen sich zwar gut versponsern, wären aber ohne eine Förderung nicht finanzierbar. In Abstimmung mit der BLM können ganze Beiträge an Unternehmen verkauft werden, um sich in diesem Umfeld zu präsentieren, ohne dass die Formate als Dauerwerbesendung oder Werbung gekennzeichnet werden müssen. Trailer in Vor- und Abspann sind ausreichend. Das Angebot solcher „Business-TV“-Formate hält für viele Werbekunden deshalb deutlich mehr an Attraktivität bereit. Goldmedia bemängelte allerdings, dass es vielen Lokalfernsehredaktionen an kreativen Konzepten und Aufhängern für eine gezielte Werbekundenansprache, kurz dem Know-How, fehle. Wie aktuell die Werberegelungen für solche Formate aussehen sollen, muss erst noch geklärt werden. Die BLM bietet jedenfalls seit jeher Kurse, Fortbildungen, Schulungen usw. an, an denen die Mitarbeiter der Lokalsender jederzeit teilnehmen können. Sollte es in dem Bereich Business-TV zukünftig vermehrt Bedarf nach Information geben, wird diesem die BLM gegenüber den Lokalsendern mit entsprechenden Angeboten

³⁷²Vgl. Ebd.

³⁷³Vgl. Ebd. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

nachkommen. Außerdem besuchen Mitarbeiter der BLM regelmäßig die Lokalsender vor Ort und klären sie über neue Werberegeln usw. auf.³⁷⁴

Bei der Befragung der 16 Lokal-TV-Stationen stellte sich heraus, dass 62,5 Prozent der Anbieter zwar geplant haben, sich in Zukunft verstärkt im Bereich Business-TV und Sponsoring zu engagieren und ihre Mitarbeiter gezielt schulen zu lassen bzw. bereits versucht hätten dies umzusetzen, sich jedoch in wirtschaftlicher Hinsicht dadurch nichts verändert hätte. Lediglich 25 Prozent der Befragten gaben an, dass sie bereits Erfolg mit der Realisierung von Business-TV-Konzepten hatten. 12,5 Prozent der Befragten haben sich in diesem Bereich bisher noch nicht engagiert, arbeiten aber bereits an Konzepten für die Zukunft.³⁷⁵

Goldmedia selbst kam aber zu dem Schluss, dass sowohl die Formatentwicklung als auch die Kundenakquise zu zeitaufwendig wären, weil der Kunde hierbei stark in den Entstehungsprozess durch Entscheidungen und Abstimmungen involviert ist, was solchen Formaten nicht zu einer sicheren zusätzlichen Einnahmequelle verhilft.

Auch die Produktion von Industriefilmen, wie Image- und PR-Spots sowie Veranstaltungsdienstleistungen haben viele Lokalsender in ihr Repertoire aufgenommen. Jedoch stagnieren auch hier die Umsätze schon seit 2004.

Viele bayerische Lokalsender verkaufen Programmzeiten an Dritte weiter. Bloomberg TV und RTL Shop strahlten ihre Programme in der Morgen- und Mittagsschiene auf den Kanälen vieler Lokalsender aus. Ab 2007 wollten diese ihre Verträge aber nicht mehr verlängern. Die Gesamtsumme, die den Lokalsendern ab 2007 deshalb fehlen würde, beläuft sich auf rund 460.000 Euro im Jahr.

Theoretisch sind die Kabelnetzbetreiber jedoch nach dem BayMG dazu verpflichtet, der BLM einen Kabelkanal kostenlos zur Verfügung zu stellen. Diese Forderung konnte bislang nicht durchgesetzt werden, weil die Lokalsender Sendezeiten an Drittprogramme gegen Entgelt überlassen haben, welche sonst Einnahmequellen der Netzbetreiber wären.

Würde die Übertragung von Bloomberg TV und RTL Shop deshalb eingestellt, käme es zu einem vollständigen Kostenausgleich durch die Kabelnetzbetreiber. Bisher wurden den Netzbetreibern insgesamt jährlich rund 490.000 Euro bezahlt. Diese Summe würde dann wegfallen.³⁷⁶

³⁷⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 124 und vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

³⁷⁵Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

³⁷⁶Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 124

Aktuell führen nur noch die Lokalsender tv.touring Würzburg und Schweinfurt sowie Regio TV sogenannte E-Commerce-Anbieter auf ihren Kanälen. Bloomberg TV und RTL Shop bzw. mittlerweile Channel 21 haben dagegen ihre Verträge gekündigt. Auf den beiden touring-Programmen läuft jetzt „CoCare“ (zwischen 13:00 – 14:00 Uhr und 16:00 – 17:00 Uhr). Auf Regio TV findet sich „Welcome eShop“ (zwischen 02:00 – 06:00 Uhr, 09:00 – 12:00 Uhr und 14:00 – 17:00 Uhr). Laut Aussage der BLM bemühen sich die anderen Sender allerdings immer noch um Ersatz für Bloomberg TV und Channel 21.³⁷⁷ Offenbar übersteigen in der Zwischenzeit die Einnahmen aus diesen Programmzeitenverkäufen deutlich die Kosten für die Kabelnetzeinspeisung.

7.4.2 Förderung

Wie bereits erwähnt, könnte die Förderung aus staatlichen Mitteln wieder leicht erhöht werden. Falls der Landtag zustimmt, ist noch für das Jahr 2012 im Nachtragshaushalt eine Steigerung um 2 Millionen Euro auf 7 Millionen Euro vorgesehen. Für 2013 soll die staatliche Förderung auf 8 Millionen Euro erhöht werden und von 2014 bis einschließlich 2016 auf je 10 Millionen Euro pro Jahr. Damit wird vor allem der geförderte Ausbau der technischen Infrastruktur, also vor allem die Erweiterung auf zehn Satellitenkanäle ab 2013, angestrebt. Die einzelfallbezogene Programmförderung der BLM beträgt für 2012 rund 1,4 Millionen Euro. Diese Summe kann aber weder aufgestockt noch können weitere Mittel aus dem BLM Haushalt zur Förderung der bayerischen Lokalsender herangezogen werden, weil dies zu Lasten anderer Fördermaßnahmen, wie beispielsweise im Aus- und Fortbildungsbereich, im lokalen Hörfunkbereich usw. gehen würde. Inwiefern die BLM zukünftig vom Gesetzgeber dazu verpflichtet wird, Mittel aus dem eigenen Stammhaushalt für Fördermaßnahmen zur Verfügung zu stellen, ist im Augenblick noch nicht gewiss.

7.4.3 Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme

Aus der Ablösesumme für das nicht genutzte Werbefenster nach 20:00 Uhr auf dem analogen Kabelkanal von RTL erhielten die lokalen Anbieter 2005 rund 2,36 Millionen Euro. Seit 2007 betragen die Mittel aus dem Finanzierungsbeitrag jährlich über 1,2 Millionen Euro.

Mit diesen Finanzierungsquellen ist allerdings auch die Ausstrahlung von den lokalen Fensterprogrammen auf RTL verbunden. Solange das RTL-Fenster also auf dem digitalen Kabelkanal nicht integriert werden kann, fehlt die gesetzliche Grundlage, diese

³⁷⁷Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Schriftliche Mitteilung v. 20.06.12

Finanzmittel einzufordern.³⁷⁸ Dies wurde bekanntlich dadurch umgangen, dass seit 2010 diese Mittel pauschal zusammen erhoben und ausgewiesen werden. In 2012 beträgt die Summe 3,373 Millionen Euro.³⁷⁹ Vergleicht man pauschal die Summe von 3,56 Millionen Euro aus 2007 (2,36 Mio. Euro Ablösesumme aus 2005 plus 1,2 Millionen Euro Finanzierungsbeitrag aus 2007) mit dem aktuellen Betrag, kann ein leichter Rückgang um knapp 200.000 Euro festgestellt werden. Seit 2010 fließen diese Mittel aber in voller Höhe an die lokalen Anbieter. In Anbetracht der steigenden Fördersummen, wie oben dargestellt, können insgesamt nur positive Entwicklungen für die bayerischen Lokalsender aufgezeigt werden. Ob und gegebenenfalls in welcher Höhe mit Einnahmen aus dem RTL-Fenster ab dem Zeitpunkt der digitalen Kabeleinspeisung (ab Ende 2012) zu rechnen ist, lässt sich im Augenblick noch nicht prognostizieren.

7.5 Kostenentwicklung

Davon ausgehend, dass die bestehende Struktur der lokalen Fernsehsender und der damit verbundene Anteil an Eigenproduktionen erhalten bleiben soll, ist bei den Kosten mit keiner weiteren Senkung zu rechnen. Die meisten Sender arbeiten bereits am absoluten Minimum, vor allem im Personalbereich. Rechnet man die allgemeine Inflationsrate mit ein, wird es höchstwahrscheinlich nur zu Kostensteigerungen kommen.

Die Kosten für die analoge Kabeleinspeisung könnten wegen des Bestrebens, die Fensterprogramme zukünftig zentral über digitalen Satelliten einzuspeisen, ebenfalls steigen. Goldmedia nahm 2006 an, dass sich die Schaltkosten ab 2007 um rund 130.000 Euro pro Jahr erhöhen werden. Dazu gesellen sich weitere Kosten für die digitale Kabelnetzverbreitung. Für eine Ausstrahlung der lokalen Fensterprogramme und des RTL-Fensters im digitalen Kabel bedarf es technischer Investitionen in den Kopfstationen. Geräte, die das Umschalten vom nationalen RTL-Programm auf das lokale Fensterprogramm ermöglichen, kosten pro Kopfstation ca. 15.000 bis 20.000 Euro. Die Gesamtsumme läge für 45 Kopfstationen bei rund 900.000 Euro. Rechnet man eine Abschreibung auf fünf Jahre mit ein, entstünden Kosten von ca. 180.000 Euro pro Jahr. Außerdem fallen für die tatsächliche Fensterschaltung voraussichtlich weitere Kosten an, für die die Kosten der analogen Fensterschaltung angesetzt werden.

Hinzu kommen laut Berechnung von Goldmedia Kosten für die digitale Kabelnetzeinspeisung der Lokalprogramme von rund 150.000 Euro pro Jahr. Wollte beispielsweise RTL zukünftig sein Programm nur noch verschlüsselt ausstrahlen, würden hier zusätzliche Kosten in Millionenhöhe entstehen, da es die bisherigen Systeme nicht erlauben, ein Fenster in ein verschlüsseltes Programm zu integrieren. Dazu müsste erst neue

³⁷⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 128 f

³⁷⁹Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Software entwickelt werden. Ohne die nicht kalkulierbaren Kostenpositionen belaufen sich nach Goldmedia die Gesamtdistributionskosten ohne Förderung zukünftig auf rund 5,3 Millionen Euro.³⁸⁰

Kostenposition	Mio. €/Jahr
Bislang finanziert durch Teilnehmerentgelt	
Leitungskosten für die (digitale) Signalzuführung zu den Kopfstationen	1,890
Schaltungskosten für die Lokal-Fenster auf dem analogen RTL-Kabel	0,390
Analoge Kabelnetzeinspeisung	0,490
Kosten für die DVB-S-Verbreitung	1,800
Zusätzliche Kosten für die digitale Kabelnetzverbreitung (Grobe Schätzung)	
Investitionskosten Digitale Kabelnetzeinspeisung (Abschreibung über 5 Jahre)	0,180
Digitale Kabelnetzeinspeisung	0,150
Fensterschaltung	0,390
Gesamtkosten Programmdistribution ohne Förderung	5.290
Weiterhin finanziert durch die BLM-Technikförderung	
ATM-Leitungen für die Programmmzusammenstellung der 4 Satellitenkooperationsgemeinschaften und der Übertragung der Gemeinschaftsprogramme nach Unterföhring zum Playout-Center von Astra (APS)	0,300

Quelle: BLM

Tabelle 23: Kosten für die Programmdistribution bayerischer Lokalprogramme, Stand: 2006³⁸¹

7.6 Zusammenfassung

Die Digitalisierung im Rundfunk schreitet unaufhaltsam voran. Das heißt vor allem für die lokalen Fernsehsender, dass sie sich gegen eine Vielzahl von Konkurrenten durchsetzen müssen. Es ist unbedingt erforderlich, dass sie ihre Angebote verlängern, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

„Die schöne neue Welt der Digitalisierung ist darüber hinaus per se mittelstandsfeindlich, weil sie technologisch zentralistisch organisiert ist und dabei keine Rücksicht nimmt auf regionale und föderale Medienkonzepte.“, so Haimerl bei einer Rede im Bayerischen Landtag beim CSU-Parlamentskreis Mittelstand.³⁸²

Durch die Aufschaltung der zehn geplanten Satellitenkanäle ab 2013 kann eine technische Reichweite von 100 Prozent der lokalen Fernsehprogramme erreicht werden.

³⁸⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 131f

³⁸¹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 132

³⁸²Vgl. Haimerl, Rede, 2005

Damit ist jeder Fernsehhaushalt in Bayern in der Lage, sein Lokalprogramm über DVB-S, DVB-H, digitales oder analoges Kabel und über DSL zu empfangen.

Neue Übertragungsplattformen, wie IPTV, Mobile TV oder Smart TV spielen auch für die lokalen Fernsehstationen eine immer wichtigere Rolle.

Im Fragebogen schätzten 66,67 Prozent der Anbieter IPTV als wichtig ein.

Mobile TV beurteilten immerhin 55,65 Prozent der Befragten als wichtig. Eine Studie belegte, dass bereits jetzt 49 Prozent der Befragten überwiegend Second Screens zum Fernsehen und Abrufen von Mediatheken nutzen. Allerdings kann auf Grund der Erfahrungen aus Pilotprojekten schlussgefolgert werden, dass im Bereich Mobile TV noch einige Verbesserungen umgesetzt werden müssen, damit die Angebote sowohl für den Nutzer als auch den Anbieter einen echten Mehrwert bieten. Zum einen müsste die Auswahlpalette an Endgeräten erweitert werden. Zum anderen sind optimierte Geschäftsmodelle zur Refinanzierung der Infrastruktur- und Programmkosten erforderlich. Unter diesen Umständen kann angenommen werden, dass potenzielle Kunden ca. 5 Euro pro Monat für die Nutzung von TV-Angeboten über ihr Handy bezahlen würden. Die Entwicklung von Mobile TV dürfen die lokalen Fernsehsender deshalb nicht aus den Augen verlieren.

Auch der Bereich Smart TV gewinnt zunehmend an Bedeutung. Goldmedia prognostizierte, dass 2016 bereits jeder zweite Fernseher mit dem Internet verbunden sein wird. Durch das Angebot hybrider Anwendungen könnten die bayerischen Lokalsender 2016 bestenfalls 930.000 Euro zusätzlich an Werbeeinnahmen generieren. Ab 2013 wird das „Lokal-TV-Portal“ über DVB-S starten. Das ist ein gemeinsames Portal aller bayerischen bzw. deutschen Lokalsender. Über eine einheitliche Senderkennung und die fixe Einstellung auf Kanal 99 sollen die Lokalprogramme auf diese Weise leichter von den Zuschauern gefunden werden können. Alle Fernsehhaushalte mit hybriden Empfangseinheiten, die an das Internet angeschlossen sind, können über dieses Portal ihren jeweiligen Lokalsender finden, auswählen und werden anschließend direkt zu dem entsprechenden Satellitenkanal verbunden. Des Weiteren kann auf die Mediatheken sowie ganz allgemein die Internetseiten bzw. Live-Streaming-Angebote usw. der einzelnen Sender zugegriffen werden.

Somit existiert eine echte 24-Stunden-Präsenz der Lokalsender über den Fernseher.

Weitere Erlöspotenziale entwickeln sich eher rudimentär.

In den letzten Jahren stagnieren die Werbeeinnahmen. Durch die Aufschaltung der zehn Satellitenkanäle wird jedoch eine Erhöhung der Werbeeinnahmen um 8 Millionen Euro pro Jahr erwartet.

55,56 Prozent der befragten Lokal-TV-Anbieter gaben in den Fragebögen an, dass sie mittlerweile gezielter Abverkaufswerbung, statt reiner Imagewerbung anbieten und damit durchaus Erfolg haben. 62,5 Prozent der Anbieter experimentierten bereits mit Business-TV-Formaten. Dies hätte bislang allerdings keine Verbesserung der

wirtschaftlichen Situation gebracht. Lediglich durch die Einspeisung des RTL-Fensters ins digitale Kabel könnten wieder mehr Reichweite und dadurch steigende Werbeeinnahmen gewonnen werden. En gros haben sich die Werbeeinnahmen momentan weder signifikant verschlechtert noch verbessert. Mögliche Aussagen über zukünftige Entwicklungen können im Augenblick nicht getroffen werden.

Die Einnahmen aus Fördermitteln haben sich in den letzten Jahren erheblich reduziert. Mit der geplanten Förderung von 2013 bis 2016 soll sich dies zwar ändern, ob diese Fördermittel in der gewünschten Höhe allerdings auch tatsächlich ausgeschüttet werden, hängt vom Beschluss des Landtags im Herbst 2012 ab.

Da die Kosten in den letzten Jahren gestiegen sind und für die Bereiche der digitalen Kabeleinspeisung, der Ausweitung auf zehn Satellitenkanäle usw. zukünftig ebenfalls nur zunehmende Kosten zu erwarten sind, ergibt sich rekapitulativ, dass sich die wirtschaftliche Situation der bayerischen Lokalsender sommairement in 2011 schlechter darstellt im Vergleich zur letzten Erhebung der wirtschaftlichen Situation durch die Studie von Goldmedia in 2005/2006.

C
**Grundlegendes zur Rechtmäßigkeit der
staatlichen Förderung von lokalen TV-Sendern in
Bayern**

8 Rechtmäßigkeitsprüfung der aktuellen Förderung

„Auch wenn alle einer Meinung sind, können alle Unrecht haben.“
Bertrand Russell

Im vorliegenden Kapitel wird eine eingehende Rechtmäßigkeitsprüfung der aktuellen Fördersituation vorgenommen. Dabei soll vor allem auf das Gutachten „Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte“ von Stefan Lorenzmeier, das auf einem Auftrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen des Bayerischen Landtags basiert, eingegangen werden. Lorenzmeier kommt in seinem Gutachten zu dem Schluss, dass das bayerische System hinsichtlich der Veranstaltung lokaler und regionaler Fernsehprogramme schweren rechtlichen Bedenken gegenübersteht³⁸³.

Er untersucht in seinem Gutachten zunächst, ob Art. 111 a Abs. 2 BV mit dem Grundgesetz und anderen höherrangigen Rechtsnormen vereinbar ist. Zweitens richtet sich sein Gutachtenauftrag auf die Fragestellung, ob bei privatem und regionalem Rundfunk von Grundversorgung im rechtlichen Sinne gesprochen werden kann. Drittens, ob die Förderung aus staatlichen Mitteln rechtlich zulässig ist und viertens, ob die Neuregelung von Art. 23 Abs. 2 und 4 BayMG genügt, um eine öffentliche Finanzierung des lokalen Fernsehangebots im Freistaat Bayern zu rechtfertigen. Außerdem wird abschließend untersucht, ob die seitens des Freistaates Bayern aus staatlichen Mitteln vorgenommene Förderung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter mit dem europäischen Beihilferecht vereinbar ist.³⁸⁴

Mit Hilfe eines Experteninterviews mit dem Juristen Prof. Dr. Rupert Stettner³⁸⁵, Rektor der Hochschule für Politik in München sollen die rechtlichen „Vorwürfe“ Lorenzmeiers geprüft bzw. in Teilen widerlegt werden. Ergänzend dazu bezieht sich die Arbeit in diesem Kapitel auf die Werke „Anforderungen und Erwartungen an die Aufsicht über Rundfunk und Telemedien – Möglichkeiten und Grenzen der gesellschaftlichen Kontrolle“, „Der verfassungsrechtliche Status der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)“, „Voraussetzungen und Grenzen einer staatlichen Gewährleistungspflicht für die Finanzierung lokaler Rundfunkangebote in Bayern“, „Die Finanzautonomie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien im Lichte der aktuellen Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote“ sowie „Lokalrundfunkfinanzierung

³⁸³Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 97

³⁸⁴Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 25

³⁸⁵Im Auftrag der BLM verfasste Stettner zwar bereits hin und wieder Schriften, allerdings veröffentlichte er auch Werke für die „Gegenseite“. Er gilt deshalb als unabhängig. Außerdem ist er als Jurist Experte in Rechtsfragen.

in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Rahmenbedingungen staatlicher Finanzierungsverantwortung“.

8.1 Vereinbarkeit des Art. 111 a BV mit höherrangigem Recht

Da sich folgende Prüfungen mit der Norm des Art. 111 a BV befassen, ist dessen Regelungsgehalt zunächst darzustellen.

Nach Art. 111 a Abs. 1 BV wird die Freiheit des Rundfunks gewährleistet. Der Rundfunk dient der Information durch wahrheitsgemäße, umfassende und unparteiische Berichterstattung sowie durch die Verbreitung von Meinungen. Er trägt zur Bildung und Unterhaltung bei. Ihm obliegt, die freiheitlich-demokratische Grundordnung, die Menschenwürde, religiöse und weltanschauliche Überzeugungen zu achten. Die Verherrlichung von Gewalt sowie Darbietungen, die das allgemeine Sittlichkeitsgefühl grob verletzen, sind unzulässig. Meinungsfreiheit, Sachlichkeit, gegenseitige Achtung, Schutz vor Verunglimpfung sowie Ausgewogenheit des Gesamtprogramms sind zu gewährleisten.

Der Rundfunk verkörpert also eine dienende Freiheit.

Gemäß Art. 111 a Abs. 2 BV wird Rundfunk in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben. An der Kontrolle des Rundfunks sind die in Betracht kommenden bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen angemessen zu beteiligen. Der Anteil der von der Staatsregierung und dem Landtag in die Kontrollorgane entsandten Vertreter darf ein Drittel nicht übersteigen. Die weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen wählen oder berufen ihre Vertreter selbst.

Durch die Vorschrift des Abs. 2, der Rundfunk in Bayern nur in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft zulässt, besteht in Bayern die Sondersituation eines faktischen dualen Systems. Während in allen anderen Bundesländern Deutschlands ein „echtes“ duales Rundfunksystem besteht, also die klare Trennung und Zulassung von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk, bedarf es in Bayern eines öffentlichen Trägers bzw. einer juristischen Person des öffentlichen Rechts, unter dessen Zulassung, Aufsicht und Kontrolle Rundfunk betrieben werden darf. Mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien gibt es eine Anstalt des öffentlichen Rechts, unter deren Verantwortungsbereich private Anbieter ihre Rundfunkprogramme einbringen können. Die BLM hat dabei aber immer die Letztverantwortung über das Programm. Während die bayerischen Lokalsender „nur“ Anbieter des Rundfunkprogramms sind, also die Produzenten, ist die BLM Rundfunkveranstalterin.

Wie bereits erwähnt, fällt das Bundesverfassungsgericht in der Vergangenheit ein Urteil, das das Teilnehmerentgelt in seiner damaligen gesetzlichen Ausgestaltung in Teilen für verfassungswidrig erklärt hat. Bei allen Sachverhalten, die das Bundesverfassungsgericht in diesem oder ähnlichem Zusammenhang behandelt hat, wurde jedoch weder das bayerische Rundfunkmodell noch der Trägerschaftsvorbehalt der BLM bisher rechtlich angetastet.

Laut Art. 111 a Abs. 3 BV regelt das Nähere ein Gesetz. Das heißt, die inhaltliche Ausgestaltung dieser Vorschriften obliegt dem Landesgesetzgeber. Mit dem BayMG hat dieser die Aufgabe zunächst im Art. 2 Abs. 1 BayMG erfüllt, wonach Rundfunk im Rahmen dieses Gesetzes in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien betrieben wird.

8.1.1 Verstoß gegen Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG

Art. 5 Abs. 1 GG sichert jedem das Recht zu, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

Laut Lorenzmeier verhindert die Vorschrift des Art. 111 a Abs. 2 BV, dass Privatunternehmen eigenverantwortlich lokale und regionale Fernsehangebote veranstalten können.³⁸⁶

Nach Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG kann die Landeszentrale nach Art. 26 genehmigte lokale und regionale Fernsehanbieter mit der öffentlichen Aufgabe betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichwertiger Weise zum Ausdruck zu bringen. An die Betrauung sind verschiedene Voraussetzungen gebunden, die in Art. 23 bis 26 BayMG festgelegt sind. Die BLM kann also für die Verbreitung von Rundfunkangeboten Genehmigungen erteilen.

Nach Lorenzmeier besteht aber schon ein sich aus der in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG niedergelegten Rundfunkfreiheit ergebender Anspruch auf Zulassung, sofern die im Gesetz genannten Anspruchsvoraussetzungen vorliegen. Und dieser Anspruch bestehe auch unabhängig von dem Vorliegen einer entsprechenden landesrechtlichen Verbürgung. Die Gestaltungsfreiheit des Landesgesetzgebers ende also demnach dort, wo

³⁸⁶Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, S. 29

die von ihm getroffene gesetzliche Regelung zwingende Anforderungen von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG außer Acht lässt. Dabei beruft er sich auf einen Autor, (Herdegen. In: Isensee/Kirchhof (Hrsg.): „Handbuch des Staatsrechts“, 1990) nach dem der völlige Ausschluss privater Rundfunkträger nicht mit der Garantie des Art. 5 Abs. 1 GG vereinbar wäre. Weiter stuft es Lorenzmeier als rechtlich problematisch ein, dass der Landeszentrale nach Art. 111 a Abs. 2 BV eine vorrangige Grundrechtsstellung gegenüber den privaten Rundfunkanbietern zukommt.

Seiner Meinung nach dürfe die von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG gewährleistete Rundfunkfreiheit nicht dem freien Spiel der Kräfte überlassen werden, da dadurch die von der Rundfunkfreiheit zu schützende Meinungsvielfalt gefährdet wäre.³⁸⁷

Wenn man sich Lorenzmeiers Argumentation anschließt, stellt sich also die Frage, ob hier zwei Grundrechtspositionen, nämlich die der BLM nach Art. 111 Abs. 2 Satz 1 BV und die der privaten Anbieter nach Art. 5 Abs. 1 GG kollidieren.

Zunächst scheint dies der Fall, denn am 30.05.05 hat der Verfassungsgerichtshof entschieden, dass das Grundrecht auf Rundfunkfreiheit, das den privaten Anbietern von Rundfunkprogrammen zusteht, gegenüber dem Grundrechtsschutz aus Art. 111 a Abs. 1 Satz 1 BV, den die Bayerische Landeszentrale für neue Medien als letztverantwortliche Trägerin des Rundfunks im Sinne des Bayerischen Mediengesetzes genießt, nicht nachrangig ist. Allerdings wird auch sogleich die Lösung des Problems angegeben: „Beide Rechtspositionen sind vielmehr einem möglichst schonenden Ausgleich zuzuführen.“³⁸⁸.

Lorenzmeier beruft sich (ohne Quellenangabe) daraufhin auf das rechtswissenschaftliche Schrifttum, das dem Harmonisierungsgrundsatz des Bayerischen Verfassungsgerichtshofes in überzeugender Weise mehrheitlich sehr kritisch gegenüber stünde:

„Trotz des formalen Weiterbestehens des bayerischen Rundfunkmodells sehen die Autoren eine von der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts evozierte materielle Wesensänderung der Vorschrift des Art. 111 a Abs. 2 BV als gegeben an, welche die Konstruktion eines öffentlichen Verantwortungs- und Trägerschaftsvorbehalts letztendlich inhaltlich zum Einsturz bringen müsse.“

Zum Beweis seiner Thesen beruft sich Lorenzmeier wiederum auf den Autor Ossenhühl, der die Gegenansicht vertritt, dass das Bundesverfassungsgericht im extra-radio-

³⁸⁷Ebd., S. 30 ff

³⁸⁸Vgl. Bayerischer Verfassungsgerichtshof: „6. Medienrecht“.

URL: <http://www.bayern.verfassungsgerichtshof.de/rechtsprechung.html> (Zugriff am 22.05.12 um 11:12 Uhr)

Beschluss das bayerische Medienrecht im Sinne einer verfassungskonformen Auslegung korrigiert habe. Ansonsten sei der bayerische Sonderweg weder beanstandet noch in Frage gestellt worden.

Im extra-radio-Beschluss des Bundesverfassungsgerichts ging es darum, dass sich der Hörfunksender „Extra-Radio“ mit dem Sender „Euro Herz“ die Frequenzen zur Ausstrahlung der Programme teilte. Die BLM wollte dieses Frequenzsplitting beenden und regte daraufhin eine Kooperation der beiden Sender an. „Extra-Radio“ verweigerte dies jedoch. Als im Anschluss an die gesetzlich vorgeschriebene Neuausschreibung die BLM die Lizenzen alleine „Euro Herz“ zuwies, beantragte die Beschwerdeführerin „Extra-Radio“ mit Erfolg vor dem Bayerischen Verwaltungsgerichtshof Eilrechtsschutz. Auf Grund einer Verfassungsbeschwerde der BLM wurde dieser jedoch wieder aufgehoben.

Das Gericht kam schließlich zu dem Ergebnis, die privaten Rundfunksender seien selbst nicht Träger der Rundfunkfreiheit. Dagegen erhob der Sender „Extra Radio“ beim Bundesverfassungsgericht schließlich Verfassungsbeschwerde.

Bei dieser Entscheidung ging es im Kern um die Grundrechtsträgerschaft im Rahmen der Rundfunkfreiheit. Das Bundesverfassungsgericht stellte daraufhin fest, dass sich alle tatsächlichen, also zugelassenen Anbieter von Rundfunk, unabhängig davon, ob sie auch rechtlich als Veranstalter gelten, auf das Grundrecht der Rundfunkfreiheit berufen können.³⁸⁹

Lorenzmeier behauptet in seinem Gutachten, der Art. 111 a Abs. 2 BV sei durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts deswegen vollkommen entkernt und der vom Bayerischen Verfassungsgerichtshof schonende Ausgleich der beiden Vorschriften erscheine mit dem Wortlaut des Art. 111 a BV nicht mehr vereinbar. Wesensmäßig läge eine öffentlich-rechtliche Trägerschaft nicht mehr vor, wenn sich die privaten Lokalfernsehanbieter ebenfalls auf die Vorschrift berufen können. Des Weiteren würden der Landeszentrale im Konfliktfall nur noch Aufsichtsrechte verbleiben, wodurch die von der bayerischen Verfassung vorgeschriebene Vorrangposition der öffentlichen Verantwortung und der öffentlich-rechtlichen Trägerschaft nicht mehr bestünde. Die Anerkennung zweier unterschiedlicher Grundrechtsverbürgungen mute außerordentlich künstlich an, da den an einem einheitlichen Rundfunkbetrieb beteiligten Akteuren unterschiedliche Rechte zugeteilt würden.³⁹⁰

³⁸⁹BVerfGE 97, 298 (310 ff.) und „Rundfunkurteile“.

URL: <http://www.kommunikationsseminare.eu/Webimages/Rundfunkurteile.pdf> (Zugriff am 30.06.12 um 12:46 Uhr)

³⁹⁰Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 34 f.

Stettner vertritt dagegen allerdings deutlich die Auffassung, dass den privaten Anbietern nach der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zwar ein Grundrechtsbetrachtungsanspruch im Zuteilungsverfahren zustehe, das Rundfunkrecht der BLM als öffentlich-rechtlicher Anstalt aber nicht ausgeschlossen werde. Diese beiden Rechte bestehen schlicht nebeneinander und sind im Konfliktfall gegeneinander abzuwägen, wobei der oben genannte schonende Ausgleich des Bayerischen Verfassungsgerichtshof herbeizuführen ist. Stettner konstatiert aber auch, dass der BLM hier eine stärkere Stellung einzuräumen ist, da sie die Letztverantwortung über das Programmangebot hat.

Ein voller Anspruch auf Zulassung der privaten Anbieter bestehe deshalb nicht. Für die Zulassung zum Rundfunk müssten bestimmte Bedingungen erfüllt werden, die im Bayerischen Mediengesetz genau vorgegeben seien.³⁹¹

Das Recht der privaten Programmanbieter auf Rundfunkfreiheit wird daher durch den Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV nicht verletzt. Außerdem hat das Bundesverfassungsgericht die Vorschrift, also den Trägerschaftsvorbehalt der BLM, nicht angezweifelt.

Einigermaßen erstaunlich mutet daher Lorenzmeiers nächste Überlegung an. Seiner Ansicht nach bedarf es des Weiteren der Erörterung, inwieweit die Neuregelung des Art. 23 Abs. 2 BayMG im Einklang mit den vom Bundesverfassungsgericht in dem Teilnehmerentgelt-Beschluss genannten Finanzierungsanforderungen stehe, da die Vorschrift ansonsten trotz Vereinbarkeit mit dem Art. 111 a BV gegen die Norm des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verstoßen würde. Er kritisiert, dass der Art. 23 Abs. 2 BayMG (in seiner aktuellen Fassung) die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts inhaltlich umsetzen sollte, sich dabei jedoch lediglich auf eine bloße Wiedergabe der Ausführungen des Gerichts beschränke. Durch die fast wortgetreue Übernahme der Vorgaben würden sie nicht mit einer eigenen Wertung des Landesgesetzgebers auf- und ausgefüllt. Außerdem hätte der Landesgesetzgeber keine ausreichenden Vorkehrungen zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht getroffen.³⁹²

³⁹¹ Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12 und vgl. dazu auch Bethge, BLM, 2011, S. 33 f., S. 53, nach denen die unverzichtbare Grundrechtsposition der BLM mit ihren Gestaltungs- und Koordinierungsaufgaben die Grundrechtssubstanz der privaten Anbieter mindere. Und vgl. Bethge, BLM, 2011, S. 93 f.:

„Kraft des weiterhin uneingeschränkt gültigen öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalts des Art. 111 a Abs. 2 BV muss die BLM die bestimmende Grundrechtsträgerin sein, die im Freistaat Bayern privates Rundfunkengagement legitimiert, organisiert und verantwortet. Die Programmanbieter genießen ebenfalls Grundrechtsschutz der Rundfunkfreiheit nach Landesverfassungsrecht und nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG. Doch sind sie Grundrechtsträger unter Beachtung des öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalts. Im Freistaat Bayern darf es keine Präponderanz privater Rundfunkveranstalter geben. Das bedingt andererseits keine zwingende Priorität der Grundrechtsposition der BLM in jedem Abwägungsfall. Die Rundfunkfreiheit der Programmanbieter ist von inhaltlich geringerer Substanz als die Freiräume privater Rundfunkveranstalter in der dualen Rundfunkordnung. Die Rundfunkfreiheit der Programmanbieter hat sich nach den Vorgaben des BayMG zu richten, die den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt ausgestalten. Nur unter diesem Vorzeichen können Abwägungen zwischen den Grundrechtspositionen der Anbieter und der BLM vorgenommen werden.“

In Art. 23 Abs. 2 Satz 2 BayMG heißt es wörtlich, dass eine plurale gesellschaftliche Zusammensetzung des Anbieters, die keinem Gesellschafter einen beherrschenden Einfluss in den Organen der Gesellschaft ermöglicht, oder die Einrichtung eines Programmausschusses weitere Voraussetzung für die Betrauung ist. Konkretisiert wird diese Vorschrift im Art. 25 Abs. 5 BayMG.

Gemäß Lorenzmeier dürfte die durch die oben genannte Vorschrift hergestellte binnenplurale Ausgestaltung der Anbieter zur Erfüllung der Vorgaben nicht genügen.

Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG spräche nur davon, dass die genehmigten lokalen und regionalen Fernsehanbieter die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichwertiger Weise zum Ausdruck bringen sollen. Neben der reinen Nennung dieser Begriffe betonte das Bundesverfassungsgericht aber, dass die Vielfalt der Meinungen mit Hilfe des Gesetzgebers gesichert werden sollte und einen auf deren Beachtung gerichtete Tätigkeit der Landeszentrale zu erreichen sei. Eine bloße Reproduktion dieser unbestimmten Rechtsbegriffe erscheint ihm deshalb als nicht ausreichend, da dadurch keine Sicherung von Wiedergabe der Meinungsvielfalt erreicht werden könne.

Lorenzmeier behauptet, dass vom bayerischen Gesetzgeber in Art. 23 BayMG besondere Anforderungen an die Vielfalt der Programme der geförderten Anbieter nicht vorgesehen seien, sodass auch weiterhin nicht für eine gleichgewichtige Vielfalt in den Programmangeboten vorgesorgt wäre. Gemäß seiner Meinung wäre ein sachlicher Unterschied zwischen der ehemals und der nunmehr bestehenden Regelung nicht erkennbar.³⁹³

Lorenzmeier kommt daher zu dem Schluss, dass die Vereinbarkeit von Art. 111 a Abs. 2 BV und die einfachgesetzliche Ausgestaltungsvorschrift des Art. 23 Abs. 2 BayMG mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG als überaus zweifelhaft einzustufen sei. Die „Neu“-Regelung des Art. 23 Abs. 2 BayMG begegne gravierenden verfassungsrechtlichen Bedenken und solle deshalb geändert werden. Gleiches träfe auf die verfassungsrechtliche Norm des Art. 111 a Abs. 2 BV zur Klarstellung und zur Vermeidung von Fehlverständnissen zu.

„Der Wortlaut der Regelung entspricht nicht mehr der tatsächlichen Rechtslage. Die Dehnbarkeit des Begriffs „öffentlich-rechtliche Trägerschaft“ wird, wenn man ihn ernst nimmt, durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts nicht nur bis aufs Äußerste gespannt, sondern nach vorzugswürdiger Auffassung bereits überspannt.“³⁹⁴

³⁹²Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 35 f.

³⁹³Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, S. 35 f.

³⁹⁴Ebd., S. 38

Er prognostiziert, dass es bei Beibehaltung der momentan bestehenden Regelung zukünftig weiterhin im Wege der Normauslegung zu nicht auflösbaren Friktionen zwischen der bayerischen und der grundgesetzlichen Sichtweise kommen müsse. Der rechtswirkliche Inhalt der Normativität der Bayerischen Verfassung würde in erheblicher Weise negativ berührt. Da sich auch die BLM auf die Verbürgung des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG berufen könnte, sei ein Festhalten an der Vorschrift des Art. 111 a Abs. 2 BV in der geltenden Form nicht mehr erforderlich.³⁹⁵

Objektiv betrachtet, wirken die Auslegungen von Lorenzmeier teilweise sehr widersprüchlich. Einerseits würde zwar Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV gegen Art. 5 Abs. 1 GG verstoßen. Gleichzeitig führt er aber noch andere Gründe auf, die einen rechtswidrigen Verstoß gegen Art. 5 Abs. 1 GG begründen, falls ersterer Vorwurf doch nicht rechtswidrig wäre.

Stützt man die Argumentation dagegen auf Fakten, muss festgestellt werden, dass der bayerische Gesetzgeber bei der Ausformulierung des BayMG allen Anforderungen nachgekommen ist. Die Vorschriften sind klar, verständlich und vor allem ausreichend. Da Rundfunk nun einmal Ländersache (Art. 70 GG) ist, obliegt es auch dem Landesgesetzgeber, wie er seine Vorschriften gestaltet. Auch Stettner konnte keine rechtlichen Bedenken des Art. 111 a BV oder des Art. 23 BayMG feststellen. Außerdem wurde die bestehende Rechtslage bisher noch von keinem Gericht angezweifelt oder beanstandet. Es ist deshalb auch nicht davon auszugehen, dass damit zukünftig jemals gerechnet werden muss. De facto liegt also kein rechtlicher Verstoß gegen den Art. 5 GG vor.

8.1.2 Verstoß gegen Art. 10 EMRK

Nach Art. 59 Abs. 2 GG sind unter anderem die Grundrechtsverbürgungen der Europäischen Menschenrechtskonvention Teil des deutschen Bundesrechts.

Laut Art. 10 Abs. 1 EMRK hat jede Person das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben. Besagter Artikel hindert die Staaten nicht, für Radio-, Fernseh- oder Kinounternehmen eine Genehmigung vorzuschreiben. Art. 10 Abs. 1 EMRK garantiert also die freie Meinungsäußerung.

³⁹⁵Vgl. Ebd.,

In seinem Gutachten bezieht sich Lorenzmeier auf die Rechtssache „Informationsverein Lentia“ (bezüglich österreichischem Rundfunkmodell). Dabei ging es um fünf Individualbeschwerdeführer, die geplant bzw. beabsichtigt hatten, Radiostationen bzw. im Fall Lentia ein Kabelfernsehsystem in einer Wohnanlage zu errichten. Auf Grund der österreichischen Rechtslage war ihnen dies jedoch verwehrt und wegen fehlender technischer Frequenzen die Genehmigung verweigert. Die Beschwerdeführer fühlten sich daher durch das bestehende Monopol des österreichischen Rundfunks in ihren Rechten nach Art. 10 EMRK verletzt.

In der Rechtssache „Informationsverein Lentia“ hat der EGMR deshalb festgelegt, dass die Informationsvermittlung durch die Presse nur erfolgreich verwirklicht werden kann, wenn das Prinzip des Pluralismus, dessen Garant der Staat ist, realisiert wäre. Dies sei insbesondere im Falle audiovisueller Medien gültig, da solche Programme zumeist weiträumig ausgestrahlt werden. Der EGMR urteilte, dass von allen zur Verfügung stehenden Eingriffsmöglichkeiten ein öffentliches Monopol das weitreichendste Mittel sei, das Recht auf Verbreitung von Informationen zu beschränken. Es bewirke die vollständige Unmöglichkeit einer Streuung von Ideen auf andere Weise als durch die nationale Rundfunkstation. Ein solcher Eingriff könne unter Berücksichtigung seiner Tragweite nur gerechtfertigt sein, wenn er einem zwingenden sozialen Bedürfnis entspreche. In der Sache „Informationsverein Lentia“ hat der EGMR das Vorliegen eines solchen Bedürfnisses verneint, also die Verhältnismäßigkeit eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols abgelehnt.

Schlussendlich vermeinten Gerichtshof wie Kommission, dass die Eingriffe als Gesamtheit in keinem Verhältnis zum angestrebten Zweck standen und folglich in einer demokratischen Gesellschaft nicht notwendig waren und Art. 10 EMRK daher verletzt wurde. Es könne schließlich nicht argumentiert werden, dass keine alternativen Maßnahmen zur Verfügung gestanden hätten, mittels derer dasselbe Ziel hätte erreicht werden können, so der EGMR. Außerdem wurde das von der Österreichischen Regierung vorgebrachte wirtschaftliche Argument, wonach der österreichische Markt für eine ausreichende Anzahl von Privatstationen zu klein wäre und vermieden werden sollte, widerlegt. Es gäbe eine Reihe anderer Länder, die hinsichtlich ihrer Größe mit Österreich vergleichbar sind, wo die Koexistenz von staatlichen und privaten Sendestationen einwandfrei funktioniere. Die Befürchtungen der Österreichischen Regierung wären deshalb unbegründet.³⁹⁶

³⁹⁶Vgl. Europäischer Gerichtshof: Urteil vom 24.11.93 „Zum österreichischen Rundfunkmonopol“.

URL: http://www.menschenrechte.ac.at/docs/93_6/93_6_09 (Zugriff am 21.05.12 um 13:08 Uhr)

Damit stellt sich die Frage, ob Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV ein öffentlich-rechtliches Monopol in diesem Sinne darstellt und die österreichische Situation auf die bayerische übertragbar ist.

Lorenzmeier bejaht diese Frage erwartungsgemäß, da die Vorschrift Privaten die Veranstaltung von Rundfunksendungen versperre. Auch ein zwingendes soziales Bedürfnis, welches einen Eingriff in den Art. 10 EMRK rechtfertigen würde, liegt seiner Ansicht nach nicht vor. Art. 111 a BV kreiere ein öffentlich-rechtliches Veranstaltermonopol, welches den privaten Fernsehanbietern nur eine Anbieterstellung überlasse. Die Situation entspreche in ihren rechtlichen Auswirkungen deshalb der eines öffentlich-rechtlichen Monopols, weswegen die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte auf die Rechtslage im Freistaat Bayern zu übertragen sei.

Art. 111 a BV, der ein öffentliches Monopol statuiere, würde mit den Voraussetzungen des Art. 10 EMRK nicht in Einklang stehen und gegen die Vorschrift verstoßen.

Schlussendlich gelangt Lorenzmeier zu der Einsicht, dass die Erklärung der Verfassungswidrigkeit von Art. 111 a BV trotz schwerwiegender Bedenken als rechtlich nicht zwingend erforderlich erscheine, da die Rundfunkfreiheit kompetenztechnisch von den Bundesländern eigenständig ausgefüllt wird und die bayerische Regelung aus diesem Grund erhalten bleiben könne, sie jedoch einen Dauerverstoß gegen die bundesrechtlich geltende Norm des Art. 10 EMRK darstelle. Seiner Meinung nach wäre es deswegen rechtspolitisch wünschenswert, die Vorschrift zu ändern.³⁹⁷

Stettner vertritt dagegen eine völlig andere Auffassung. Seiner Meinung nach liegt kein Verstoß gegen Art. 10 EMRK vor. Nur weil Rundfunk auf Grund des Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV in Bayern ausnahmslos unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft stattfinden kann, heiße das noch lange nicht, dass ein öffentlich-rechtliches Monopol mit Ausschlusscharakter bestehe. Die BLM produziere selbst keine Programme, sondern bediene sich ausschließlich der privaten Anbieter. Damit sei deshalb auch nach dem bayerischen alternativen Rundfunkmodell der Weg für Private zum Rundfunk offen. Bezüglich der Rechtssache „Informationsverein Lentia“ argumentierte er weiter, dass in Österreich dagegen für private Anbieter überhaupt kein Weg zum Rundfunk eröffnet gewesen wäre. In Bayern würden aber Private ihre Programme mit einbringen, was hieße, dass kein öffentlich-rechtliches Monopol bestehe. Außerdem könne jeder, der ein Rundfunkprogramm anbieten möchte, auf jedes andere Bundesland ausweichen, um von dort aus nach Bayern zu senden. Ohnehin sei seit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag für die Zulassung bundesweit verbreiteter Programme nicht mehr

³⁹⁷Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 41 ff.

die einzelne Medienanstalt, wie die BLM, zuständig, sondern die zentrale Zulassungs- und Aufsichtscommission (ZAK). Hier sei also von einem Monopol nach Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV ohnehin keine Rede.³⁹⁸

Der Argumentation Stettners ist deshalb in vollem Umfang zuzustimmen. Art. 111 a BV statuiert kein öffentlich-rechtliches Monopol und verstößt deshalb auch nicht gegen Art. 10 EMRK.³⁹⁹

Außerdem entwickelte das Bundesverfassungsgericht in seiner Rechtsprechung zur Sondersituation des Rundfunks, an der es bis heute (mit gewissen Einschränkungen) grundsätzlich festgehalten hat, dass das damals bestehende öffentlich-rechtliche Rundfunkmonopol (vor 1984) für zulässig erklärt wurde.⁴⁰⁰

Von einem Verstoß gegen den Art. 10 EMRK kann deswegen keine Rede sein.

8.1.3 Verstoß gegen Art. 49 und 56 AEUV

Weiterhin prüft Lorenzmeier in seinem Gutachten, ob Art. 111 a BV durch die Ausgestaltung in den Art. 23, 25 und 26 BayMG mit dem europäischen Unionsrecht vereinbar ist oder gegebenenfalls gegen die Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit nach den Art. 49 und 56 AEUV verstößt. Die europarechtlichen Problemfelder seien seiner Meinung nach zum einen die Limitierung der pro Versorgungsgebiet zu vergebenden Lizenzen, zum anderen die Anforderung, dass die Anbieter ihren Sitz in der Bundesrepublik Deutschland haben müssen.⁴⁰¹

Gemäß Art 25 Abs. 1 Satz 1 BayMG bedarf die Verbreitung von Rundfunkangeboten der Genehmigung der Landeszentrale. Nach Art. 26 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 BayMG genehmigt die Landeszentrale die Verbreitung des Angebots nur, wenn der Anbieter seinen Sitz oder Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland hat und der Anbieter oder die zu seiner Vertretung berechtigten Personen gerichtlich unbeschränkt zur Verantwortung gezogen werden können. Diese Vorschrift wird in Art. 25 Abs. 4 Satz 1 bis 3 BayMG konkretisiert, wonach eine Auswahl vorzunehmen ist, wenn auf einer Frequenz ein Gesamtprogramm unter wirtschaftlich tragfähigen Rahmenbedingungen nicht mit allen Antragstellern durchgeführt werden kann. Bei der Auswahl ist die inhaltliche Ausrichtung des Angebots, die organisatorische und finanzielle Ausstattung des An-

³⁹⁸Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

³⁹⁹Vgl. dazu auch BLM, Medienrecht, 2011, S. 79 ff.

⁴⁰⁰Vgl. Bundesverfassungsgericht: Rundfunkurteile.

URL: <http://www.kommunikationsseminare.eu/Webimages/Rundfunkurteile.pdf#page=11> (Zugriff am 01.07.12 um 08:12 Uhr)

⁴⁰¹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 48

tragstellers sowie seine Bereitschaft zur programmlichen, technischen, organisatorischen und finanziellen Zusammenarbeit zu würdigen. Ferner sollen vor allem solche Antragsteller berücksichtigt werden, die einen örtlichen Bezug zum Sendegebiet aufweisen und deren Angebot einen Beitrag zur Meinungsvielfalt sowie Ausgewogenheit des Gesamtprogramms erwarten lassen, zudem Antragsteller, die Beiträge mit kulturellen, kirchlichen, sozialen oder wirtschaftlichen Inhalten in das Gesamtprogramm einbringen. Gemäß Art. 25 Abs. 3 Satz 1 BayMG achtet die Landeszentrale bei der Organisation lokaler und regionaler Rundfunkangebote auf Programmvietfalt und auf tragfähige wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

Bei der Zulassung bzw. Genehmigung privater Anbieter bezieht sich die BLM also auf diese Vorschriften. Besonders beim Abbau der Doppelgenehmigungen hat sie davon Gebrauch gemacht. Wie im vorangegangenen Teil B erläutert, waren früher mehrere Anbieter pro Versorgungsgebiet lizenziert. Das hatte zur Folge, dass sich die Anbieter untereinander Konkurrenz machten und die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines jeden Anbieters gefährdet wurde. Deshalb kann die BLM unter Berufung des Art. 25 Abs. 4 Satz 1 BayMG auch nur einen Anbieter pro Versorgungsgebiet limitieren.

Gemäß Art. 49 AEUV (Niederlassungsrecht) sind die Beschränkungen der freien Niederlassung von Staatsangehörigen eines Mitgliedstaates im Hoheitsgebiet eines anderen Mitgliedstaates nach Maßgabe der folgenden (unten aufgezeigten) Bestimmungen verboten. Die Niederlassungsfreiheit umfasst dabei die Aufnahme und Ausübung selbstständiger Erwerbstätigkeiten sowie die Gründung und Leitung von Unternehmen.

Dabei handelt es sich aber um Rechte für Personen, die in einem europäischen Mitgliedstaat ansässig sind und sich in einem anderen Mitgliedstaat niederlassen wollen. Auf dieses Recht können sich also nur Personen berufen, die aus einem anderen Mitgliedstaat kommend in Bayern einen lokalen oder regionalen Fernsehsender gründen wollen.

Nach Art. 56 AEUV (Dienstleistungen) sind die Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs innerhalb der Union für Angehörige der Mitgliedstaaten, die in einem anderen Mitgliedstaat als demjenigen des Leistungsempfängers ansässig sind, nach Maßgabe der folgenden (im AEUV niedergelegten) Bestimmungen verboten.

Laut Lorenzmeier stellt die Vorschrift des Art. 26 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 BayMG mit der Verpflichtung der Sitz- bzw. Wohnsitznahme in Deutschland einen Verstoß gegen die Dienstleistungsfreiheit dar, wonach es den Anbietern unbenommen sein müsse, auch aus ihrem jeweiligen Heimatland zu senden. Auch die Bevorzugung bestimmter Anbietertypen nach Art. 25 Abs. 4 Satz 3 BayMG sei in diesem Zusammenhang ebenfalls problematisch und europarechtlich höchst bedenklich, da die Zusammenstellung der Bevorzugungsgründe durch den bayerischen Gesetzgeber vergleichsweise konturen-

los erscheine, insofern neben sozialen und kirchlichen Gründen mit der Aufnahme wirtschaftlicher Gründe doch wieder alle Arten von Anbietern erfasst würden. Der örtliche Bezug der Anbieter zum Sendegebiet stelle seiner Meinung nach wiederum einen Verstoß gegen die unionsrechtliche Dienstleistungsfreiheit dar.

Überdies wären Rechtfertigungsgründe, die den Status zwingender Gründe des Allgemeinwohls haben und verhältnismäßig sind, nicht gegeben. Die Versorgung der Bevölkerung mit einem regionalen oder lokalen Informationsprogramm zur Förderung der Meinungsbildung sei bereits seitens des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewährleistet. Eine Verdoppelung des Angebots bzw. Informationsauftrages sei europarechtlich nicht geboten.

Außerdem würden nur etwa siebzig von hundert der Einwohner eines Versorgungsgebiets überhaupt Lokalfernsehen empfangen können. Diese Gründe sprächen laut Lorenzmeier deshalb gegen das Vorliegen eines dringenden sozialen Grundes, der einen Verstoß gegen die Dienstleistungs- oder Niederlassungsfreiheit rechtfertigen würde.

Das der BLM zustehende Ermessen bei der Vergabe von Genehmigungen dürfe sie nicht in einer Weise ausüben, die geeignet ist, den Grundfreiheiten des Unionsrechts ihre praktische Wirksamkeit zu nehmen. Daher müsse die Lizenzverteilung zuerst einem transparenten Verfahren unterliegen, das auf den Rundfunkanbietern im Voraus bekannten Kriterien beruht, um zu verhindern, dass das eingeräumte Ermessen missbräuchlich ausgeübt wird. Zweitens müsse die Lizenzerteilung auf objektiven Kriterien beruhen, die geeignet sind, den Pluralismus sicherzustellen, wozu auch öffentlich-rechtliche Verpflichtungen zu zählen seien. Drittens dürften die angewandten Kriterien zur Lizenzverteilung nicht diskriminierend und insofern weder faktisch noch rechtlich von einer Niederlassungsfreiheit im Inland abhängig gemacht werden und viertens müssten die Anforderungen an die Lizenzerteilung zur Erreichung des verfolgten Zieles des Allgemeininteresses unerlässlich sein. Nach Lorenzmeier sei es zumindest hinsichtlich der Kriterien Nummer drei und vier fraglich, ob die BLM ihr Ermessen nach diesen Erfordernissen erfüllt.⁴⁰²

Seiner Ansicht nach sprächen die überwiegenden Gründe für einen Verstoß des Bayerischen Mediengesetzes gegen die Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit nach dem AEUV. Dadurch würde zwar das BayMG nicht nichtig oder innerstaatlich rechtlich unwirksam, aber in dem Fall, dass beispielsweise ein österreichischer Anbieter im Freistaat einen lokalen Fernsehsender gründen möchte, nicht anzuwenden und dem entsprechenden Anbieter eine Lizenz zu erteilen.⁴⁰³

⁴⁰²Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 48 ff.

⁴⁰³Vgl. Ebd., S. 53

Bei Prüfung der von Lorenzmeier genannten Kriterien muss aber festgestellt werden, dass die Forderung nach einem transparenten Verfahren erfüllt ist. Die BLM schreibt neu zu vergebende Genehmigungen im Bayerischen Staatsanzeiger sowie auf ihrer Homepage aus. Allen Bewerbern sind auch sämtliche durch das BayMG nötigen Kriterien, die zur Erteilung einer Genehmigung notwendig sind, bereits im Voraus bekannt. Die geforderten objektiven Kriterien, nach der die Genehmigung erteilt werden soll, sind ebenfalls im BayMG niedergelegt. Zu den Punkten 3 und 4 äußerte Stettner, dass ein Verstoß gegen die Dienstleistungs- oder Niederlassungsfreiheit nach dem AEUV nicht bestehe. Diese Grundfreiheiten bestünden nicht absolut, sondern seien normativ auszugestalten. Außerdem sei es sicherlich kontraproduktiv, wenn jemand seinen Sitz 200 km entfernt von dem Gebiet hat, über das er senden möchte. Das wäre auf jeden Fall kein Lokalfernsehen mehr, weil der lokale Bezug dann völlig fehle. Für Inländer, die für Lokal-TV in Betracht kommen, seien ohnehin strengere Regelungen möglich, wie beispielsweise das Prinzip der zulässigen Inländerdiskriminierung. Eine Regelung, wie sie im Bayerischen Mediengesetz getroffen wurde, sei deshalb einwandfrei und rechtlich absolut zulässig.⁴⁰⁴

Außerdem erwähnte Flieger, dass es einen österreichischen Lokalrundfunkveranstalter (Russ) gäbe, bei dem durchaus damit zu rechnen sei, dass er eventuell in den Allgäuer Markt einsteigen würde. Allerdings nur im Printbereich. Aber selbst, wenn es um elektronische Medien ginge, wäre davon auszugehen, dass er den Sitz seines zukünftigen Allgäuer Lokalsenders auch ins Allgäu verlegen würde. Somit hätte auch dieser einen Anspruch auf Genehmigung in Bayern (natürlich unter der Voraussetzung, dass alle anderen Kriterien ebenfalls erfüllt sind).⁴⁰⁵

Hier ist sich also gleichermaßen letztendlich der Argumentation Stettners anzuschließen. Weder Art. 111 a BV noch die landesgesetzliche Ausgestaltung in den Art. 23 ff. BayMG verstoßen in ihrer aktuellen Form gegen die Dienstleistungs- oder Niederlassungsfreiheit nach Art. 49 und 56 AEUV. Die bestehende Rechtslage ist nicht anzuzweifeln.

8.1.4 Zwischenfazit

Im Ergebnis kommt Lorenzmeier zu dem Schluss, dass von der Vorschrift des Art. 111 a BV im Hinblick auf die höherrangige Norm des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG bestenfalls noch eine „leere Hülse“ übrig bleibt, da der im Freistaat landesrechtlich statuierte öffentlich-rechtliche Trägerschaftsvorbehalt nicht mit der grundgesetzlich verbürgten

⁴⁰⁴Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴⁰⁵Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Rundfunkfreiheit zu vereinbaren wäre. Des Weiteren sei das durch Art. 111 a BV geschaffene öffentlich-rechtliche Monopol nicht mit dem Recht der freien Meinungsäußerung des Art. 10 EMRK zu vereinbaren. Auch begegne Art. 111 a BV in seiner landesrechtlichen Ausgestaltung durch Art. 23 ff. BayMG gegen die Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit nach AEUV schweren rechtlichen Bedenken, da die Voraussetzungen der Wohnsitznahme, die Ermessensentscheidung der Zulassung und der bevorzugten Zulassung verschiedener Anbietertypen mit dem Europarecht nicht zu vereinbaren wären.⁴⁰⁶

Jedoch konnte, wie bereits ausgearbeitet, allen Vorwürfen Lorenzmeiers widersprochen werden. Die beiden Grundrechtspositionen der Landeszentrale nach Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV und der privaten Anbieter nach Art. 5 Abs. 1 GG kollidieren nicht miteinander, sondern sind im Abwägungsfall zu einem schonenden Ausgleich zu bringen⁴⁰⁷. Die Grundrechtsposition der BLM mindert die der privaten Anbieter aber nicht in dem Sinne eines Halbteilungsgrundsatzes. Der BLM müssen entscheidende Teile der medienrechtlichen Verfügungsbefugnis verbleiben, weil andernfalls Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV unterlaufen würde⁴⁰⁸. Art. 111 a BV verstößt deshalb nicht gegen das Grundgesetz. Des Weiteren besteht durch den von Art. 111 a Abs. 2 Satz 2 BV statuierten öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt der BLM kein öffentlich-rechtliches Monopol, da private Rundfunkanbieter ihre Programme einbringen können. Art. 10 EMRK wird somit nicht verletzt. Auch gegen die Art. 49 und 56 AEUV liegt kein Verstoß im Sinne der Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit vor.⁴⁰⁹

Die rechtlichen Bedenken von Lorenzmeier hinsichtlich der Vereinbarkeit des Art. 111 a BV mit höherrangigem Recht konnten somit völlig zerstreut und widerlegt werden.

⁴⁰⁶Vgl. Lorenzmeier, *Rechtmäßigkeit*, 2011, S. 43, 53 f.

⁴⁰⁷Vgl. dazu auch BLM, *Medienrecht*, 2011, S. 91 ff.

⁴⁰⁸Vgl. Bethge, BLM, 2011, S. 52 ff.

⁴⁰⁹Vgl. dazu auch BLM, *Medienrecht*, 2011, S. 79 ff. und vgl. Bethge, BLM, 2011, S. 59, der ebenfalls keinen Verstoß gegen europäisches Recht feststellen kann.

8.2 Grundversorgungsauftrag

Nachfolgend wird Frage geklärt, ob den bayerischen Lokal-TV-Anbietern bzw. der BLM ein Grundversorgungsauftrag zugesprochen werden kann.

8.2.1 Rechtslage und Zweifel

Nach § 11 Abs. 1 RStV besteht der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darin, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Des Weiteren haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. (...) Ihre Angebote sollen der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten und auch die Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.

Das Bundesverfassungsgericht nahm im vierten Rundfunkurteil eine Konkretisierung der verfassungsrechtlichen Anforderungen an die duale Rundfunkordnung vor. Insbesondere betonte das Gericht, dass es die Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Anstalten sei, in der dualen Rundfunkordnung eine Grundversorgung der Bevölkerung mit Rundfunkprogrammen zu gewährleisten. Nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts umfasst die Grundversorgung im Wesentlichen drei Elemente: Erstens die Versorgung der gesamten Bevölkerung mit Rundfunkprogrammen, zweitens die Veranstaltung eines Vollprogramms und drittens die Gewährleistung der Meinungsvielfalt innerhalb des Programms. Das Gericht führte weiter aus, dass es für die Sicherung der Grundversorgung erforderlich sei, die technischen, finanziellen, organisatorischen und personellen Bedingungen so auszugestalten, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk dieser Aufgabe gerecht werden könne.

In einem weiteren Urteil spezifizierte das Bundesverfassungsgericht den im vierten Rundfunkurteil entwickelten Begriff der Grundversorgung. Demnach gehe die Grundversorgung über eine bloße Minimalversorgung der Bevölkerung hinaus. Das Anbieten neuer Dienste, wie etwa rundfunkähnliche Kommunikationsdienste, also beispielsweise Online-Abrufdienste, gehöre daher ebenfalls zum Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Anbieter. Insoweit sei der Rundfunkbegriff dynamisch und entwicklungs offen zu verstehen. Der Grundversorgungsauftrag der Öffentlich-rechtlichen bedeute außerdem keine strikte Grenzziehung oder Aufgabenteilung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk, etwa im Sinne, dass Programme der Grund-

versorgung allein dem öffentlich-rechtlichen, alle übrigen dagegen dem privaten Rundfunk vorbehalten seien.

Den Programmen der Öffentlich-rechtlichen sprach das Bundesverfassungsgericht nichtsdestotrotz eine Bestandsgarantie zu. Dagegen ordnete das Gericht die Veranstaltung von Programmen im regionalen und lokalen Bereich nicht der Grundversorgung zu, sofern durch private Anbieter eine hinreichende Meinungsvielfalt gesichert wird.

Grund für dieses fünfte Rundfunkurteil war eine Verfassungsbeschwerde der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten SDR und SWF gegen Teile des baden-württembergischen Landesmediengesetzes (v. 16.12.85). Dieses untersagte den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern die Veranstaltung von zusätzlichen, bisher noch nicht gesendeten, regionalen und lokalen Rundfunkprogrammen. Nach Meinung des Gerichts ist die Veranstaltung von Rundfunk im regionalen und lokalen Bereich nicht grundsätzlich der Grundversorgung zuzuordnen, jedoch hielt das Gericht den Ausschluss der Landesrundfunkanstalten von diesem Bereich nicht vereinbar mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, da der Ausschluss aus rein wirtschaftlichen Gründen, nämlich zum Schutz der privaten Anbieter vor der Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Sender, beschlossen worden sei. Das öffentlich-rechtliche Monopol werde hier schlicht durch ein neues Monopol der privaten Anbieter ersetzt, was der institutionellen Garantie des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG widersprechen würde.⁴¹⁰

Die BLM kann nach Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG genehmigte lokale und regionale Fernsehanbieter mit der öffentlichen Aufgabe betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichgewichtiger Weise zum Ausdruck zu bringen.

Theoretisch könnte man unter dieser Betrauung auch einen Grundversorgungsauftrag an die lokalen und regionalen Fernsehsender verstehen.

Lorenzmeier hingegen bezieht sich in seinem Gutachten auf den § 11 RStV, wonach sich der Grundversorgungsauftrag primär an den öffentlich-rechtlichen Anstaltsfunk wende. Seiner Meinung nach sei zu berücksichtigen, dass die rundfunkrechtliche

⁴¹⁰Vgl. 5. Rundfunkurteil – „Baden-Württemberg-Beschluss“

(BVerfGE 74, 297 – vom 24. März 1987) und 4. Rundfunkurteil – „Niedersachsen-Urteil“ (BVerfGE 73, 118 – vom 4. November 1986).

URL: <http://www.kommunikationsseminare.eu/Webimages/Rundfunkurteile.pdf#page=11> (Zugriff am 01.07.12 um 08:23 Uhr)

Grundversorgung im Freistaat Bayern bereits durch den öffentlich-rechtlichen Bayerischen Rundfunk geleistet werde, sodass die BLM eigentlich davon freigestellt sei, dem Grundversorgungsauftrag zu genügen. Nach ihrem eigenen Verständnis betreibe die BLM jedoch Grundversorgung im Bereich des lokalen und regionalen Rundfunks.⁴¹¹

Dass ein Grundversorgungsauftrag bei den lokalen Programmangeboten auf jeden Fall bestehe, betonen BLM wie Lokal-TV-Anbieter immer wieder.

Lorenzmeier zitiert ferner den Bayerischen Verwaltungsgerichtshof, der sich diesen Meinungen anschloss und feststellte, dass die privaten, lokalen Fernsehangebote im Freistaat Bayern eine lokale Grundversorgungsfunktion erfüllen.⁴¹²

Michael Roppelt, Ministerialrat der Bayerischen Staatskanzlei konnte indessen keinen Grundversorgungsauftrag beim bayerischen Lokal-TV erkennen. Eine Grundversorgung liege rechtlich nicht vor. Es sei zwar eine Daseinsvorsorge im europarechtlichen, aber keine Grundversorgung im rundfunkrechtlichen Sinn.⁴¹³

Lorenzmeier argumentiert deshalb, dass die einfachgesetzliche Festschreibung des Grundversorgungsauftrages durch den bayerischen Gesetzgeber im BayMG hinsichtlich der Vereinbarkeit mit § 11 RStV rechtlich gravierenden Bedenken begegne. Der Grundversorgungsauftrag richte sich ausdrücklich und ausnahmslos an die öffentlich-rechtlichen Programmanstalten.⁴¹⁴

Prinzipiell wird der Zustimmungsbeschluss des Bayerischen Landtags zu einem Staatsvertrag als materielles Landesrecht angesehen und nimmt deswegen eine Stellung unterhalb der Landesverfassung ein. Wenn im Abwägungsfall beispielsweise der Rundfunkstaatsvertrag und das Bayerische Mediengesetz aufeinandertreffen, kommt es darauf an, welches Gesetz aktueller ist, da dieses dann den Vorrang hätte.

„Dieses `Katz- und Maus-Spiel` würde jedoch die praktische Wirksamkeit und den Telos des Rundfunkstaatsvertrages, der Schaffung von ländereinheitlichen Regelungen, sehr stark einschränken.“⁴¹⁵

⁴¹¹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 56 f.

⁴¹²Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 57 und vgl. Wieland, Lokalfunkfinanzierung, 2009, S. 5

⁴¹³Vg. BLM, Medienrecht, 2011, S. 122

⁴¹⁴Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 57 f.

⁴¹⁵Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 59 f.

Ergo kommt Lorenzmeier zu dem Schluss, dass der Rundfunkstaatsvertrag einen Rang über dem bayerischen Landesrecht einschließlich der Verfassung einnimmt. Entgegenstehende Ansichten vermögen ihn nicht zu überzeugen.⁴¹⁶

Seiner Meinung nach umfasse der an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gestellte Grundversorgungsauftrag auch den lokalen und regionalen Bereich. Dem ist zunächst nichts Entgegenstehendes einzuwenden. Allerdings argumentiert Lorenzmeier, dass davon abweichende landesgesetzliche Regelungen, wie dies für die Regelung des Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG vorgebracht wird, nicht damit zu vereinbaren wären. Selbst wenn man der Ansicht des Vorrangs des Rundfunkstaatsvertrages vor den Länderrechtsordnungen nicht folgen möchte, so Lorenzmeier, sei die Anerkennung eines eigenen Grundversorgungsauftrages für die lokalen und regionalen Fernsehanbieter bundesrechtlich höchst problematisch.⁴¹⁷

Die Erfüllung oben genannter durch das Bundesverfassungsgericht vorgegebenen Voraussetzungen erscheine laut Lorenzmeier durch das bayerische Auftrags- und Finanzierungsmodell nicht als gegeben, da die lokalen und regionalen Fernsehanbieter in ihrem jeweiligen Versorgungsgebiet nur sieben von hundert der Fernsehanschlüsse überhaupt erreichen. Außerdem hätte das Bundesverfassungsgericht des Weiteren festgestellt, dass die Rundfunkgebühr den öffentlich-rechtlichen Anstalten dazu diene, den ihnen obliegenden Grundversorgungsauftrag zu erfüllen. Daraus leitet Lorenzmeier ab, dass ein Insolvenzverfahren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit der Rundfunkfreiheit unvereinbar wäre.⁴¹⁸

Lorenzmeier konstatiert, dass den privaten Anbietern kein Bestandsschutz zukommt, sie also nicht vor Insolvenz gefeit sind, was mit dem Ziel des Grundversorgungsauftrages demnach unvereinbar wäre.⁴¹⁹

Tatsächlich gingen in der Vergangenheit schon einige Lokal- oder Regional-TV-Anbieter insolvent, wie beispielsweise die Kirch-Gruppe mit tv.münchen.

Doch laut Stettners Ansicht kann der Grundversorgungsauftrag nicht von einer Konkursicherheit abhängig gemacht werden. Eine Insolvenz würde sich über einen längeren Zeitraum ankündigen und die BLM wäre mit ausreichend Finanzmitteln ausgestattet, um dem betroffenen Anbieter finanziell unter die Arme greifen zu können, um eine Insolvenz abzuwenden. Sei dies trotzdem nicht möglich, stünden viele ande-

⁴¹⁶Vgl. Ebd.

⁴¹⁷Vgl. Ebd., S. 59 ff.

⁴¹⁸Vgl. Ebd., S. 62 f.

⁴¹⁹Vgl. Ebd., S. 68

ren Bewerber zur Verfügung, denen die BLM im Rahmen einer Ausschreibung eine neue Genehmigung erteilen könnte, sodass weiterhin ein lokales Fernsehangebot im betroffenen Versorgungsgebiet gewährleistet wäre. Aber de facto sei der Grundversorgungsauftrag seiner Ansicht nach nicht an eine Finanzierungsart geknüpft. Die BLM erfülle mit Hilfe der privaten Anbieter einen öffentlich-rechtlichen, gesetzlich auferlegten Programmauftrag. Die lokalen und regionalen Programme mit ihren sachlichen Inhalten und ihren kulturellen und informativen Angeboten aus der Region erbringen eine Grundversorgung für ihren geographischen Bereich. Dagegen gäbe es keine Kriterien, die ihnen das absprechen könnten.⁴²⁰

Weitere Problemfelder sieht Lorenzmeier bekanntermaßen in der begrenzten Erreichbarkeit der Anbieter im jeweiligen Versorgungsgebiet, in der zeitlichen Beschränkung des Programms auf 20 Minuten täglich (von Montag bis Freitag) nach Art. 23 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 BayMG und in der Ermessensentscheidung der BLM, wonach sie laut Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG Anbieter betrauen „kann“. Aus technischer Sicht könne von einer Grundversorgung nur gesprochen werden, wenn die gewählten Übertragungswege den technischen Empfang durch nahezu alle Haushalte ermöglichen würden und der überwiegende Teil der Haushalte die Empfangsmöglichkeit tatsächlich nutze. Die technische Nichtempfangbarkeit durch ein Drittel der Zuschauer eines Regionalbereichs spreche auf technischer Ebene dagegen, von Grundversorgung durch die lokalen und regionalen Fernsehprogramme zu sprechen. Außerdem sei ein zwingender Charakter der Betrauung durch die Ermessensvorschrift „kann“ nicht gegeben, wobei die zwingende Vorgabe des Art. 111 a Abs. 1 Satz 6 BV bei der Betrauung durch die Landeszentrale zu berücksichtigen sei. Seiner Ansicht nach spreche dieser Aspekt rechtsdogmatisch gegen einen Grundversorgungsauftrag der regionalen und lokalen Fernsehsender.⁴²¹

Zum Kriterium der begrenzten Empfangbarkeit muss allerdings entgegengesetzt werden, dass die technische Reichweite mittlerweile bei 74,1 Prozent der Lokalsender gesamt liegt. Außerdem lässt sich bei der Reichweite ein stetig wachsender Trend feststellen. Die technische Reichweite soll gemäß Flieger durch die Aufschaltung der zehn Satellitenkanäle gegen Ende 2013 bei 95 Prozent in Kabel und Satellit liegen. Die restlichen 5 Prozent teilen sich die Übertragung via DVB-T (ca. 3 bis 4 Prozent aktuell) und DSL (ca. 1,5 Prozent aktuell). Aus technischer Sicht kann deswegen sehr wohl ein Grundversorgungsauftrag der lokalen Fernsehanbieter angenommen werden.

⁴²⁰Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴²¹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 68 f.

Auch Stettner schließt sich dem an. Er vertritt nicht die Auffassung, dass der Grundversorgungsauftrag in Abhängigkeit zu den gegenwärtigen Reichweitenverhältnissen steht. Früher hätten selbst die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht alle Zuschauer zu Hause vor dem Fernseher erreicht und ihnen hatte man den Grundversorgungsauftrag deswegen auch nicht abgesprochen. Vor dem Hintergrund, dass die technische Reichweite der lokalen Fernsehstationen in Bayern bald 100 Prozent erreichen soll, sieht er hier kein Hemmnis. Man müsse dem Ganzen einfach noch ein bisschen Zeit geben. Alles andere wäre ein Rückschritt, so Stettner.⁴²²

Bei der Begrenzung des Programmangebots der lokalen Sender durch das BayMG, welche den Anspruch auf einen Grundversorgungsauftrag laut Lorenzmeier zunichte machen würde, geht es für Stettner dabei nicht um das Programmvolumen. Für einen Lokalsender sei es völlig unmöglich, in seinem kleinen Versorgungsgebiet ein originäres 24-Stunden-Programm zu produzieren. Selbst wenn man die finanziellen Möglichkeiten einmal beiseite ließe, gäbe das begrenzte Sendegebiet nur reduziert Stoff her. Wenn alle wichtigen Inhalte, also informative, politische, kulturelle, kirchliche usw. im Programm abgedeckt sind, reiche eine Stunde völlig aus, um die Zuschauer allumfassend zu informieren.

Die lokalen Fernsehsender leisten also zumindest in ihrem Versorgungsgebiet auch eine Art Grundversorgung.⁴²³

Der These Lorenzmeiers, der Grundversorgungsauftrag sei an das Verbot vorrangiger Wirtschaftswerbung geknüpft, steht Stettner ebenfalls äußerst kritisch gegenüber. Privatsender müssten sich aus Werbung finanzieren und die BLM kontrolliere mit ihrer Programmaufsicht verantwortlich, dass das Programm nicht zu werbelastig sei. Außerdem seien die Werbezeiten im BayMG genau festgelegt. Mit Grundversorgung hätte das allerdings nichts zu tun. Diese würden die Lokalsender schließlich trotzdem leisten, ob mit oder ohne Werbung.⁴²⁴

Da gemäß Stettner der Grundversorgungsauftrag bei der BLM liege, sei es bezüglich der Ermessensentscheidung bei der Vergabe von Genehmigungen außerdem völlig unerheblich, „wen“ die BLM „wann“ und „wie“ betraut. Es liege in ihrem Ermessen, wie sie den Auftrag erfüllt, sie müsse ihn nur erfüllen. Deswegen sei die Vorschrift im BayMG, so wie sie ist, auch absolut richtig und müsse nicht geändert werden.⁴²⁵

⁴²²Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴²³Vgl. Ebd.

⁴²⁴Vgl. Ebd.

⁴²⁵Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

8.2.2 Zwischenfazit

Lorenzmeier kommt in seinem Gutachten zu dem Ergebnis, dass der Grundversorgungsauftrag nicht privatisierbar sei. Die staatlichen Mittel können und sollen die rechtliche Existenz der privaten Anbieter nicht garantieren, weshalb für sie im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Gefahr besteht, insolvent zu werden und dadurch die Grundversorgung in dem von dem Anbieter zu versorgenden Gebiet nicht mehr zu gewährleisten. Die technische Versorgung von nur 70 Prozent der Fernsehnutzer in einem Versorgungsgebiet sei nicht ausreichend, um von einer Grundversorgung der Bevölkerung mit einem lokalen oder regionalen Fernsehprogramm zu sprechen. Auch die „Kann-Regelung“ der Betrauung sei nicht über alle rechtlichen Zweifel erhaben. Ebenso die strikte Vorgabe des Programmumfangs, wobei fraglich wäre, ob diese für die Erfüllung eines Grundauftrages ausreichend sei.

Weder die Bayerische Verfassung noch das Bayerische Mediengesetz würden verlangen, dass die privaten lokalen und regionalen Fernsehanbieter einen Grundversorgungsauftrag ausführen.

„Dies geschieht nur nach dem politisch und nicht rechtlich zu verstehenden Selbstverständnis der Landeszentrale. Diesem politischen Willen kommt keine rechtliche Gestaltungskraft zu.“⁴²⁶

Eine Erweiterung des Grundversorgungsauftrages auf die privaten Anbieter finde gesetzlich nicht statt und eine Parzellierung der Grundversorgung sei im Hinblick auf das Informationserlangungsvermögen der Rundfunknutzer auch nicht wünschenswert.⁴²⁷

Stettner behauptet, ein Grundversorgungsauftrag für die privaten lokalen Fernsehanbieter existiere indes tatsächlich nicht. Allerdings bestehe dieser Auftrag im lokalen und regionalen Bereich sehr wohl, und zwar für die BLM. Sie ist diejenige, die den Rundfunk veranstaltet und fungiert deswegen auch als Adressatin des Grundversorgungsauftrags, so Stettner, wobei sie allerdings die privaten Angebote nutze, um den Auftrag zu erfüllen. Auch im Hinblick auf die genannten Kriterien sehe er hier keine unerfüllbaren Probleme, zumal auch die technische Reichweite ständig wachse.⁴²⁸

⁴²⁶Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 69 f.

⁴²⁷Vgl. Ebd.

⁴²⁸Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12 und vgl. Bethge, BLM, 2011, S. 33 f. zur stärkeren Grundrechtsposition der BLM als Letztverantwortliche gegenüber den privaten Anbietern

Zusammenfassend ist sich also der Entscheidung des Bayerischen Verwaltungsgesichtshofes anzuschließen. Die Bayerische Landeszentrale erfüllt unter Nutzung privat produzierter Angebote einen Grundversorgungsauftrag im lokalen und regionalen Fernsehen.⁴²⁹ Dabei handelt es sich nicht um eine bloße Zusatzerfüllung neben dem Angebot des Bayerischen Rundfunks. Dieser betreibt nämlich Lokal- und Regionalberichterstattung nicht in dem Umfang, wie sie durch die 16 Lokal- und Regionalsender erfüllt wird. Außerdem kann keine Rede davon sein, dass der BR das überhaupt wollte, wie Flieger dezidiert verdeutlichte.⁴³⁰

8.3 Gebot der Staatsferne

Der Rundfunk in Deutschland muss seit dem Zweiten Weltkrieg staatsfern organisiert sein. Im folgenden Abschnitt wird daher geklärt, ob durch die finanzielle Förderung der bayerischen Lokal-TV-Anbieter aus staatlichen Mitteln, verbunden mit gesetzlichen Bestimmungen zu deren Programminhalten, festgelegt im BayMG durch den Gesetzgeber, also vornehmlich der Staatsregierung, ein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne vorliegt.

8.3.1 Rechtslage und Zweifel

Des Weiteren untersuchte Lorenzmeier in seinem Gutachten, ob bei den privaten regionalen und lokalen Fernsehanbietern im Freistaat Bayern von der erforderlichen Staatsferne der Rundfunkanbieter gesprochen werden könne. Rundfunk müsse frei von staatlicher Beherrschung und Einflussnahme sein. Aus dieser Staatsferne folge sogleich die Programmautonomie der Anstalten. Rundfunk sei daher finanziell „staatsfrei“ zu organisieren, sodass die BLM nicht Teil der mittelbaren Staatsverwaltung sein dürfe.

Lorenzmeier erachtet deshalb die genauen gesetzlichen Vorgaben des BayMG zur Finanzierung aus staatlichen Mitteln sowie die Struktur des Aufsichtsgremiums als untersuchenswert.⁴³¹

Lorenzmeiers Definition von Staatsferne ist zunächst nichts hinzuzufügen.

⁴²⁹Vgl. dazu auch Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 72

⁴³⁰Dazu mehr in Kapitel 9

⁴³¹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 70 f.

Jedoch seien die mit der Genehmigung verbundenen genauen zeitlichen und programminhaltlichen Vorgaben nach Art. 23 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 und 2 BayMG aus seiner Sicht verfassungsrechtlich höchst bedenklich, da aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG das Verbot einer detailgetreuen staatlichen Regelung hinsichtlich des erforderlichen Programmumfangs folge.

Die Vorgaben des BayMG seien für die BLM zwingend und lassen keinen Raum für eigene Entscheidungen. Laut Lorenzmeier bestehe somit ein Zusammenhang zwischen der Finanzierung der Anbieter und deren Programminhalten, welche exakt vom staatlichen Gesetzgeber vorgegeben sind.

Außerdem dürften Entscheidungen über die Finanzausstattung nicht zur politischen Einflussnahme auf das Programm missbraucht werden. Der Rundfunk sei frei von medienpolitischen Zielsetzungen zu finanzieren. Exakte gesetzgeberische Maßstäbe über die Höhe des Finanzbedarfs würden eine Festlegung der Art und Weise der Funktionserfüllung voraussetzen, die nicht mehr Gebrauch der Freiheitsverbürgung des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG wären, sondern reiner Vollzug eines vorgegebenen Programms.⁴³²

Wie aufgezeigt, finanzieren sich die bayerischen Lokalsender insgesamt aktuell zu etwa 30,1 Prozent aus Fördermaßnahmen (Stand: 2010)

Der BLM steht als öffentlich-rechtlicher Anstalt gemäß Art. 25 ff. BayMG die Letztverantwortung für das Programm zu und nicht den privaten lokalen und regionalen Fernseh Anbietern. Von einer Staatsferne des Rundfunks könne in dieser Konstellation laut Lorenzmeier kaum noch gesprochen werden. Seiner Meinung nach hätte jeder Rundfunkanbieter einen Anspruch auf funktionsgerechte Ausstattung und Finanzierung, wenn er mit einer öffentlichen Aufgabe, wie der Erbringung eines lokalen und regionalen Fernsehprogramms im Sinne des Art. 23 Abs. 1 BayMG betraut wird. Insoweit käme den Anbietern ein Rechtsanspruch auf Förderung zu, der nicht landesrechtlich vom bayerischen Gesetzgeber ausgeschlossen oder gedeckelt werden könne. Lorenzmeier kommt deshalb zu dem Ergebnis, dass die bayerischen programminhaltlichen Regelungen zu detailgetreu und die Finanzierung der Anbieter aus staatlichen Mitteln zu staatsnah seien.⁴³³

Laut Art. 111 a Abs. 2 Satz 3 BV darf der Anteil der von der Staatsregierung und dem Landtag in die Kontrollorgane entsandten Vertreter ein Drittel nicht übersteigen. Diese Anforderung wird im Art. 13 BayMG „Mitglieder des Medienrats“ umgesetzt.

⁴³²Vgl. Ebd., S. 71 f.

⁴³³Vgl. Ebd., S. 72 f.

Für Lorenzmeier verfassungsrechtlich nicht geklärt und zumindest fraglich erscheint, ob den vom Staat entsandten Vertretern ein zu großer Einfluss auf die Entscheidungen des Medienrats zukommt. Erstaunlicherweise führt er als Beispiel eine Normenkontrollklage an, die vor dem Bundesverfassungsgericht wegen strittiger Bestimmungen des ZDF-Staatsvertrages anhängig ist.⁴³⁴ Dass in der Vergangenheit des Öfteren Kritik an der Zusammensetzung der Rundfunkräte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geäußert wurde, weil zu große politische Einflussnahme in den Gremien vermutet wurde, kann nur bestätigt werden. Was dies jedoch mit der Zusammensetzung des Medienrates bei der BLM, die derjenigen der Rundfunkräte völlig unterschiedlich ist, zu tun haben mag, erscheint nicht verständlich und soll deswegen auch nicht eingehend untersucht werden.

Lorenzmeier kommt erwartungsgemäß zu dem Schluss, dass die bayerischen Vorschriften gegen den Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verstoßen würden.⁴³⁵

8.3.2 Zwischenfazit

Dass sich das BayMG und somit auch die BLM bei der Wahl des Medienrates aus den gesellschaftlich relevantesten Gruppen und der anderen Organe an die Vorgaben der Bayerischen Verfassung hält, ist an dieser Stelle nichts einzuwenden, da die Anzahl politischer Vertreter im Medienrat ein Drittel nicht übersteigt. Deshalb kann auch an deren Zusammensetzung nichts kritisiert werden. Ein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne kann in dem Zusammenhang nicht ausgemacht werden.

Bei der Finanzierung aus staatlichen Mitteln (aktuell 4,5 Millionen Euro für alle Anbieter insgesamt in 2012, mit Haushaltssperre, ohne BLM-Förderung) liegt ebenfalls kein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne vor.

Nach Art. 23 Abs. 7 Satz 1 BayMG erfolgt die Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote aus staatlichen Mitteln nach Maßgabe des Staatshaushaltes. Gemäß Art. 23 Abs. 7 Satz 2 bis 4 BayMG erhält die Landeszentrale im Rahmen der Förderung als Erstempfänger eine Zuwendung. Die Mittel leitet die BLM an die Zuwendungsberechtigten weiter. Dabei entscheidet sie in eigener Verantwortung über das Vorliegen der Zuwendungsvoraussetzungen.⁴³⁶

⁴³⁴Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 74

⁴³⁵Vgl. Ebd.

⁴³⁶Vgl. dazu auch BLM, Medienrecht, 2011, S. 103

Die BLM gibt die staatlichen Mittel nach dem Gleichheitssatz (unter Berücksichtigung unterschiedlicher Bedarfe, wie Größe des jeweiligen Senders, wirtschaftliche Situation usw.) an die lokalen Fernsehstationen weiter. Da die BLM als Anstalt des öffentlichen Rechts eine staatsfreie Anstalt ist, erhält das Geld neutralen Charakter, sobald es bei der BLM angekommen ist und an die lokalen Fernsehstationen ausgegeben wird. Die Finanzierung aus dem Staatshaushalt verstößt deshalb nicht gegen das Gebot der Staatsferne, so auch Stettner.⁴³⁷ Seiner Meinung nach müsse man der BLM als staatsfrei organisierter Anstalt vertrauen, dass sie die Mittel adäquat weitergibt.

Außerdem prüft gemäß Art. 111 Abs. 1 der Bayerischen Haushaltsordnung der Oberste Rechnungshof die Haushalts- und Wirtschaftsführung der BLM (Art. 21 Abs. 2 Satz 2 BayMG).

Die BLM hat das Recht der Selbstverwaltung in Form eines verfassungsrechtlich verbürgten Autonomiebereichs, den sie frei von staatlicher Beeinflussung ausfüllt. Die Rechtsaufsicht über die Landeszentrale führt das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst.⁴³⁸

Demnach obliegt es zwei Institutionen, dem ORH und dem Bayerischen Staatsministerium, durch ihre Rechtsaufsicht und Rechnungsprüfung für eine adäquate Aufgabenerfüllung der BLM, frei von staatlicher Einflussnahme zu sorgen.

Um mehr Transparenz herstellen zu können, vor allem in Zeiten, in denen jeder (von der Privatperson, über Banken, bis zu großen Wirtschaftsunternehmen etc.) alle Daten und Zahlen offenlegen muss, wäre laut Stettner allerdings eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs eines jeden einzelnen Senders zu empfehlen. Dann könne auch keine Willkür unterstellt werden.⁴³⁹

8.3.3 Ausblick auf die zukünftige Förderung ab 2013 bis 2016

Wie bereits angedacht, soll die geplante Förderung aus staatlichen Mitteln von 2013 bis 2016 nur noch für die technische Infrastruktur und nicht mehr für das Programm verwandt werden.⁴⁴⁰ Somit würde man sich auf jeden Fall noch weiter von dem Vorwurf

⁴³⁷Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴³⁸Vgl. BLM: Die Organisation der BLM.

URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/organisation.cfm (Zugriff am 02.05.2012 um 19:35 Uhr) und vgl. Art. 10 Abs. 1 BayMG

⁴³⁹Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12 und vgl. dazu auch Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 72 ff.

⁴⁴⁰Vgl. VBL/VBRA: „Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern“, 2010, S. 1

übermäßiger Staatsbindung entfernen, so Stettner.⁴⁴¹ Ein Einfluss auf das Programm ist dadurch ausgeschlossen.

Zusammenfassend lässt sich demnach feststellen, dass weder bei der aktuellen Fördersituation noch bei der geplanten zukünftigen Förderung aus staatlichen Mitteln ein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne vorliegt.⁴⁴² Lorenzmeiers Vorwürfe sind folglich völlig unbegründet und erscheinen teilweise unlogisch bzw. nicht stringent. Eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs, wie von Stettner vorgeschlagen, wäre allerdings dennoch anzustreben, um mehr Transparenz und Offenheit zu schaffen.

8.4 Vereinbarkeit mit europäischem Wettbewerbsrecht

Der letzte Punkt in Lorenzmeiers Gutachten widmet sich der Analyse der Vereinbarkeit des bayerischen Finanzierungssystems mit den Wettbewerbsvorschriften der Europäischen Union. Seiner Ansicht nach könnte die Finanzierung der privaten Lokalfernsehanbieter im Freistaat Bayern aus staatlichen Mitteln gegen das in den Art. 107 ff. AEUV niedergelegte Beihilferecht der Europäischen Union verstoßen.⁴⁴³

8.4.1 Beihilfe nach Art. 107 AEUV

Nach Art. 107 Abs. 1 AEUV sind, soweit in den Verträgen nichts anderes bestimmt ist, staatliche oder aus staatlichen Mitteln gewährte Beihilfen gleich welcher Art, die durch die Begünstigung bestimmter Unternehmen oder Produktionszweige den Wettbewerb zu verfälschen drohen, mit dem Binnenmarkt unvereinbar, soweit sie den Handel zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigen.

In der Vorschrift heißt es „Beihilfen gleich welcher Art“. Aus der Sicht von Lorenzmeier ist das Verständnis des Beihilfebegriffs deshalb weit auszulegen. Entscheidend sei demnach nicht der Zweck der staatlichen Mittel, sondern deren Auswirkung. Seiner Meinung nach reicht die Gewährung eines wie auch immer gearteten Vorteils an ein Unternehmen aus, sobald dieser zumindest unmittelbar aus staatlichen Mitteln stammt. Dabei würden alle Übertragungen öffentlicher, dem Staat zurechenbarer Mittel erfasst, wobei das Unternehmen die Leistung ohne marktübliche Gegenleistung erlangt haben müsse. Daraus folge gegenüber privaten lokalen und regionalen Fernsehanbietern die

⁴⁴¹Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴⁴²Vgl. hierzu auch Müller-Terpitz, Finanzautonomie, 2010, S. 29 und vgl. dazu auch BLM, Medienrecht, 2011, S. 93

⁴⁴³Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 76

Gewährung eines Vorteils und daher eine negative Beeinflussung des gewöhnlichen Wirtschaftsprozesses. Lorenzmeiers Ansicht nach wird den Rundfunkanbietern keine europarechtlich relevante, marktangemessene ökonomische Gegenleistung auferlegt, wobei für ihn das Erfüllen der Zuwendungskriterien nach Art. 23 BayMG durch die privaten Rundfunkanbieter keine Gegenleistung darstelle.⁴⁴⁴

„Die bayerischen lokalen und regionalen Fernsehanbieter erhalten folglich kostenfreie, auf dem freien Markt nicht zu erhaltende Zuschüsse für das Erbringen ihrer Leistung.“⁴⁴⁵

Wie in Art. 107 Abs. 1 AEUV festgelegt, liegt eine staatliche Beihilfe *durch die Begünstigung bestimmter Unternehmen* vor. Würde die Förderung für die gesamte Wirtschaft bestimmt sein oder kämen allgemeine Maßnahmen der Wirtschaftspolitik in den Genuss einer Förderung, liegt keine verbotene Beihilfe vor. Da die staatliche Förderung in Bayern nur den lokalen privaten Anbietern zugutekommt, bestehe laut Lorenzmeier keine gesamtwirtschaftliche Förderung. Es liege also eine Vorteilsgewährung vor und die staatlichen Mittel seien nach Art 107 Abs. 1 AEUV als Beihilfe einzustufen.⁴⁴⁶

Unter der Voraussetzung, dass tatsächlich eine verbotene Beihilfe nach Art. 107 Abs. 2 AEUV vorliegt, existieren bestimmte Ausnahmekriterien, die, falls erfüllt, die staatliche Förderung vom Tatbestand der Beihilfe ausnehmen und insofern rechters sind. Die möglichen Ausnahmen sollen im Folgenden dargestellt werden. Ob die staatliche Förderung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter in Bayern wirklich als verbotene Beihilfe zu qualifizieren ist, soll indessen im Zwischenfazit geklärt werden.

8.4.1.1. Ausnahme i. S. d. „De-minimis“-Beihilfe

Gemäß Art. 2 Abs. 2 der Verordnung der Europäischen Kommission (v. 25.04.12) über die Anwendung der Art. 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf „De-minimis“-Beihilfen an Unternehmen, die Dienstleistungen von allgemein wirtschaftlichem Interesse erbringen, darf der Gesamtbetrag einer „De-minimis“-Beihilfe, die einem Unternehmen nach obigen Kriterien gewährt wird, in drei Steuerjahren 500.000 Euro nicht übersteigen.

Die Höhe der staatlichen Förderung liegt bekanntlich aktuell (mit Haushaltssperre, ohne BLM-Förderung und ohne geplanten Nachtragshaushalt mit einer Erhöhung um 2

⁴⁴⁴Vgl. Ebd., S. 77 f.

⁴⁴⁵Ebd., S. 78

⁴⁴⁶Vgl. Ebd., S. 79

Millionen Euro für 2012) in diesem Jahr bei 4,5 Millionen Euro. Teilt man diese durch 16 Anbieter, bleibt ein Betrag von rund 280.000 Euro für jeden Lokalsender pro Jahr übrig. Multipliziert mit drei Jahren ergäbe sich für jeden Lokalsender eine Summe von ca. 840.000 Euro. Damit wäre die 500.000-Euro-Grenze überschritten. Ein Ausnahmetatbestand nach der „De-minimis“-Beihilfe liegt also nicht vor. Betrachtet man die geplante zukünftige staatliche Förderung von 8 Millionen Euro in 2013 und jeweils 10 Millionen von 2014 bis 2016, sich die Fördersummen offensichtlich weiter erhöhen, kann auch in Zukunft nicht von einem Ausnahmetatbestand der „De-minimis“-Beihilfe ausgegangen werden.

8.4.1.2. Ausnahme i. S. d. Altmark-Trans-Rechtsprechung

In einem Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 24.07.2003 in der Rechtssache „Altmark Trans GmbH“ wurde untersucht, ob für den Tatbestand der verbotenen Beihilfe nach Art. 107 Abs. 1 AEUV eine Ausnahme vorliegen könnte. Gegenstand waren öffentliche Zuschüsse, die den Betrieb von Liniendiensten im Stadt-, Vorort- und Regionalverkehr (Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH) ermöglichen sollten. Das Gericht urteilte, dass diese Zuschüsse nicht unter die Bestimmungen des Art. 107 Abs. 1 AEUV fallen, soweit sie als Ausgleich anzusehen sind, der die Gegenleistung für Leistungen darstellt, die von den begünstigten Unternehmen zur Erfüllung gemeinwirtschaftlicher Verpflichtungen erbracht werden. Das Gericht stellte demnach fest, dass es eine Ausnahme vom Beihilfetatbestand gibt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Erstens ist das begünstigte Unternehmen tatsächlich mit der Erfüllung gemeinwirtschaftlicher Verpflichtungen betraut worden, bei einer klaren Definition dieser Verpflichtungen;
- Zweitens sind die Parameter anhand derer der Ausgleich berechnet wird, zuvor objektiv und transparent aufgestellt worden;
- Drittens geht der Ausgleich nicht über das Erforderliche hinaus, um die Kosten der Erfüllung der gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen unter Berücksichtigung der dabei erzielten Einnahmen und eines angemessenen Gewinns aus der Erfüllung dieser Verpflichtungen ganz oder teilweise zu decken;
- Viertens ist die Höhe des erforderlichen Ausgleichs, wenn die Wahl des Unternehmens, das mit der Erfüllung gemeinwirtschaftlicher Verpflichtungen betraut werden soll, nicht im Rahmen eines Verfahrens zur Vergabe öffentlicher Aufträge erfolgt, auf der Grundlage einer Analyse der Kosten eines durchschnittlich, gut geführten Unternehmens bestimmt worden, das so angemessen mit Transportmitteln ausgestattet ist, dass es den gestellten gemeinwirtschaftlichen Anforderungen bei der Erfüllung der betreffenden Verpflichtung genügen kann,

wobei die dabei erzielten Einnahmen und ein angemessener Gewinn aus der Erfüllung dieser Verpflichtung zu berücksichtigen sind.⁴⁴⁷

Im Folgenden ist also zu prüfen, ob diese Kriterien für die Förderung lokaler Fernseh-anbieter in Bayern durch staatliche Mittel erfüllt werden können.

Nach Art. 23 Abs. 1 Satz 2 BayMG soll durch die Förderung sichergestellt werden, dass die Bevölkerung Bayerns flächendeckend und gleichwertig mit hochwertigen lokalen und regionalen Fernsehangeboten (...) versorgt wird.

Damit ist das Kriterium der *gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen* nach der Altmark-Trans-Rechtsprechung erfüllt.

Die BLM kann die nach Art. 26 genehmigten lokalen und regionalen Fernsehanbieter mit der öffentlichen Aufgabe, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichwertiger Weise zum Ausdruck zu bringen, *betrauen* (Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG).

Eine tatsächliche Betrauung findet demnach statt.

Die klare Definition der Verpflichtungen folgt in Art. 23 Abs. 2 Satz 2 BayMG, wonach für die Betrauung eine plurale gesellschaftliche Zusammensetzung des Anbieters, die keinem Anbieter einen beherrschenden Einfluss in den Organen der Gesellschaft oder die Einrichtung eines Programmausschusses ermöglicht, weitere Voraussetzung ist. Mit der Betrauung sind die Anbieter nach Art. 23 Abs. 2 Satz 5 BayMG unbeschadet der Vorgaben dieses Gesetzes für Rundfunkangebote verpflichtet

1. zur Herstellung und Verbreitung eines aktuellen und authentischen Nachrichten- und Informationsprogramms von Montag bis Freitag mit einem täglichen zeitlichen Produktionsumfang von 20 Minuten ohne Hinzurechnung der Sendezeit für Werbung. Das Programm setzt sich zusammen aus Beiträgen zum örtlichen Geschehen, insbesondere aus den Bereichen Politik, Kultur, Kirche, Wirtschaft und Soziales und dient den Kommunikationsinteressen aller Fernsehzuschauer in dem lokalen oder regionalen Versorgungsgebiet. In dem Programm wird über die in dem jeweiligen Versorgungsgebiet relevanten gesellschaftlichen und politischen Kräfte mit der gebotenen journalistischen Sorgfalt berichtet. (...).

⁴⁴⁷ Vgl. Urteil des Gerichtshofes v. 24.07.2003 in der Rechtsache C-280/00 (Vorabentscheidungsersuchen des Bundesverwaltungsgerichts): Altmark Trans GmbH und Regierungspräsidium Magdeburg gegen Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH. (Verordnung (EGW) Nr. 1191/69 – Betreiben von Liniendiensten in Stadt-, Vorort- und Regionalverkehr – Öffentliche Zuschüsse – Begriff der staatlichen Beihilfe – Ausgleichszahlung als Gegenleistung für gemeinwirtschaftliche Verpflichtungen). (2003/C 226/01), Amtsblatt der Europäischen Union v. 20.09.2003, C 226/1

2. zur Herstellung und Verbreitung eines zusätzlichen authentischen lokalen oder regionalen Programms bis zu einem gesamten zeitlichen Produktionsumfang von 100 Minuten in der Woche ohne Hinzurechnung der Sendezeit für Werbung. Das Programm setzt sich zusammen aus Beiträgen zu besonderen lokalen oder regionalen Ereignissen und aus Beiträgen aus den Bereichen Bildung, Heimatgeschichte, Kunst, Brauchtum, Information, Beratung, Sport und Unterhaltung, jeweils mit engem lokalem oder regionalem Bezug. Die Verpflichtung kann auch durch die Aufnahme eines lokalen oder regionalen Spartenprogramms erfüllt werden.
3. zur mehrfach wiederholten Ausstrahlung der in den Nummern 1 und 2 genannten Programme entsprechend den Informationsinteressen und Sehgewohnheiten der Zuschauer.

Damit wären also zunächst alle Voraussetzungen des ersten Kriteriums der Altmark-Trans-Rechtsprechung zur Erfüllung eines Ausnahmetatbestandes von einer verbotenen staatlichen Beihilfe nach Art. 107 Abs. 1 AEUV erfüllt.

Die Landeszentrale sorgt nach Art. 23 Abs. 6 BayMG dafür, dass die lokalen und regionalen Fernsehangebote nach den Absätzen 2 bis 4 im Rahmen der technischen und finanziellen Möglichkeiten insgesamt flächendeckend über die für Fernsehen allgemein üblichen technischen Wege verbreitet werden. Dabei ist die fortschreitende Digitalisierung, die Eignung des jeweiligen Verbreitungswegs für lokales und regionales Fernsehen und das Verhältnis der möglichen Reichweite zu den Kosten zu berücksichtigen.

Nach Art. 23 Abs. 7 BayMG erfolgt die Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote nach den Absätzen 2 bis 4 aus staatlichen Mitteln nach Maßgabe des Staatshaushaltes und der allgemeinen haushaltsrechtlichen Bestimmungen. Im Rahmen der Förderung erhält die Landeszentrale als Erstempfänger eine Zuwendung. Die Landeszentrale leitet die Mittel an die Zuwendungsberechtigten weiter. Dabei entscheidet sie in eigener Verantwortung über das Vorliegen der Zuwendungsvoraussetzungen und fördert die lokalen bzw. regionalen Fernsehangebote auf Antrag in Form von Zuwendungsbescheiden. In diesem Zusammenhang ist sicherzustellen, dass die Ziele dieses Gesetzes mit dem geringsten Aufwand erreicht werden. Rechtsansprüche auf finanzielle oder sonstige Fördermaßnahmen werden nicht begründet.

Gemäß Art. 23 Abs. 8 BayMG berücksichtigt die Landeszentrale bei der Festlegung der Höhe der Förderung insbesondere die Größe des jeweiligen Versorgungsgebiets, den Aufwand zur technischen Verbreitung des Programms sowie die Möglichkeit des Anbieters, das Programm selbst zu finanzieren.

Des Weiteren ist nach Art. 25 Abs. 1 Satz 3 BayMG der Antrag auf Genehmigung mit einer Programmbeschreibung, einem Programmschema, einem Finanzplan und einer Aufstellung der personellen und technischen Ausstattung zu verbinden.

Außerdem kann die Landeszentrale nach Art. 23 Abs. 12 weitere Einzelheiten der Förderung nach dieser Vorschrift durch Satzung regeln.

Beispielsweise ist in § 2 der Fördersatzung (FöS) festgelegt, dass die Förderung der technischen Verbreitung sowie der Programmherstellung grundsätzlich im Wege einer Festbetragsfinanzierung erfolgt. Grundsätzlich können laut § 9 Abs. 1 und 2 FöS die Herstellung der Programme im Sinn von Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG und die Verbreitung in Breitbandkabelnetzen sowie über Satellit nach Maßgabe von § 10 gefördert werden. Förderfähig sind dabei Ausgaben, die unmittelbar bei der Herstellung oder der Verbreitung des Programms entstehen. Zu solchen Ausgaben für die Kabel- und Satellitenverbreitung nach § 10 Abs. 1 zählen gemäß § 10 Abs. 2 FöS insbesondere die Leitungskosten zur Kabelkopfstation und zum Satelliten-Playout-Center, Schaltkosten sowie die Kosten der Verbreitung im Breitbandkabelnetz und die Nutzungsentgelte für den Satellitentransponder.

Nach § 10 Abs. 3 Satz 3 FöS wird bei der Berechnung der Förderhöhe das Nutzungsverhalten der Fernsehzuschauer (Zuschauer-Reichweiten) über den zeitlichen Tagesverlauf hinweg berücksichtigt.

Der Umfang der Förderung wird laut § 11 Abs. 1 Satz 1 FöS aus dem Vergleich der für die Erstellung des Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung des Programmangebots erzielten Einnahmen (Bedarf) ermittelt.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 FöS sind Ausgaben, die im Förderzeitraum ausschließlich für die Herstellung des Programms vom Beginn der eigentlichen Herstellung bis zur sendefähigen Fertigstellung entstehen (Personalausgaben, Sachausgaben und sonstige Ausgaben) und Ausgaben, die anteilig für die Herstellung entstehen, zuwendungsfähig. Beschränkt sich die Tätigkeit des Anbieters auf die Herstellung und Verbreitung des Programms nach Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG, so sind nach § 11 Abs. 1 Satz 3 FöS die gesamten Ausgaben des Anbieters heranzuziehen.

Das zweite Kriterium der Altmark-Trans-Rechtsprechung, nach dem die Parameter anhand derer der Ausgleich berechnet wird, objektiv und transparent aufgestellt werden müssen, ist insofern durch die oben genannte ausführliche Darstellung der Fördervoraussetzungen im BayMG und der Fördersatzung auch hinreichend erfüllt.

Das dritte Kriterium ist wortwörtlich durch den Art. 23 Abs. 9 BayMG erfüllt, wonach die Förderung nicht über das Erforderliche hinausgehen darf, um die durch die Erfüllung der Aufgaben nach den Abs. 2 bis 2 und 6 verursachten Ausgaben unter Berücksichtigung der dabei erzielten Einnahmen und sonstiger Förderung abzudecken.

Das vierte Kriterium der Altmark-Trans-Rechtsprechung sieht ein Verfahren zur Vergabe öffentlicher Aufträge vor. Das bedeutet eine öffentliche Ausschreibung, die nach Fliegers Aussage bei der Vergabe neuer Genehmigungen von der BLM bayernweit er-

folgt und im Bayerischen Staatsanzeiger sowie auf der Homepage der BLM veröffentlicht wird.⁴⁴⁸ Damit dürfte auch das letzte Kriterium für einen Ausnahmetatbestand von einer verbotenen staatlichen Beihilfe nach Art. 107 Abs. 1 AEUV erfüllt sein.

Nur unter der Voraussetzung, dass eine öffentliche Ausschreibung nicht erfolgen sollte, ist die Höhe des Ausgleichs durch eine Kostenanalyse auf der Grundlage eines gut geführten durchschnittlichen Unternehmens durchzuführen. Dies wäre durch die von Stettner geforderte regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs eines jeden einzelnen Lokalsenders zu erreichen. Da die erste Voraussetzung mit der öffentlichen Ausschreibung allerdings schon erfüllt ist, birgt dies für die vorliegende Prüfung keine weiterführende Relevanz.

Für Lorenzmeier ist die Erfüllung der Kriterien zwei bis vier der Altmark-Trans-Rechtsprechung hinsichtlich des bayerischen Betrauungssystems sehr fraglich. Kurioserweise zitiert Lorenzmeier anschließend Wieland, nach dem die erforderliche Transparenz im BayMG fehlen würde.⁴⁴⁹ Tatsächlich aber kommt Wieland in seinem Gutachten mit Bezug auf den geforderten Finanzplan nach Art. 25 Abs. 1 Satz 3 BayMG zu dem Ergebnis, dass grundsätzlich die Einhaltung der Altmark-Vorgaben des Europäischen Gerichtshofes im Rahmen des BayMG gewährleistet ist.⁴⁵⁰

Auch würde laut Lorenzmeier bezüglich des vierten Kriteriums eine Vergabe im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung der Sendelizenzen für lokale und regionale Fernsehanbieter im Freistaat Bayern fehlen. Die Kostenanalyse, die auf Grund der fehlenden Vergabe Anwendung finden dürfte, sei ebenfalls nicht gesetzlich vorgeschrieben.

Demzufolge seien mangels Erfüllung der Altmark-Trans-Kriterien die untersuchungsgegenständlichen staatlichen Mittel prinzipiell als Beihilfe im Sinne des Art. 107 Abs. 1 AEUV einzustufen.⁴⁵¹

Es trifft tatsächlich zu, dass die Vergabe der Genehmigungen mittels öffentlicher Ausschreibung nicht im BayMG festgelegt ist. Jedoch findet sich in der Altmark-Trans-Rechtsprechung nirgends die Vorgabe, dass die Erfüllung der Kriterien gesetzlich niedergeschrieben sein müsste. Da de facto eine öffentliche Ausschreibung stattfindet, ist das vierte Kriterium also sehr wohl erfüllt.

⁴⁴⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

⁴⁴⁹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 81

⁴⁵⁰Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 74

⁴⁵¹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 81

Um mehr Transparenz zu schaffen, könnte der bayerische Gesetzgeber zwar eine Kostenanalyse zur Ermittlung des Ausgleichs als weitere Zulassungsvoraussetzung sowie das Verfahren einer öffentlichen Ausschreibung (nachdem diese sowieso bereits stattfindet) in die Vorschriften des BayMG mit aufnehmen, ist dazu aber nicht verpflichtet.

En gros bleibt also festzustellen, dass die Kriterien der Altmark-Trans-Rechtsprechung erfüllt sind und somit einen Ausnahmetatbestand einer verbotenen Beihilfe nach Art. 107 Abs. 1 AEUV darstellen, sodass die Finanzierung der bayerischen Lokalsender aus staatlichen Mitteln mit dem europäischen Wettbewerbsrecht vereinbar und verfassungsrechtlich unbedenklich ist.

8.4.2 Verfälschung des Wettbewerbs

Laut Lorenzmeier liegt eine Verfälschung des Wettbewerbs zwischen den Mitgliedstaaten vor, wenn die gewährte Beihilfe tatsächlich oder potenziell in ein bestehendes oder zur Entstehung kommendes Wettbewerbsverhältnis zwischen zwei Unternehmen eingreift. Die privaten Fernsehanbieter würden durch die Beihilfe in die Lage versetzt, auf dem Werbemarkt besser zu agieren und somit auch Werbeeinnahmen von in anderen Mitgliedstaaten ansässigen Unternehmen zu generieren, die dem grenznahen Werbemarkt dann nicht mehr zur Verfügung stünden. Außerdem versetzten die staatlichen Unterstützungszahlungen die lokalen und regionalen Fernsehanbieter in die Position, auf Grund ihrer verbesserten Einnahmesituation grenzüberschreitend tätig zu werden. Sie könnten sich beispielsweise an grenznahen Medienunternehmen anderer Mitgliedstaaten beteiligen. Seiner Ansicht nach seien die Voraussetzungen des Art. 107 Abs. 1 AEUV damit erfüllt, sodass die bayerische Finanzierung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter aus staatlichen Mitteln eine Beihilfe im Sinne der Vorschrift darstelle.⁴⁵²

8.4.3 Weitere Ausnahmen nach Art. 107 Abs. 3 d) AEUV und Art. 106 Abs. 2 AEUV

Gemäß Art. 107 Abs. 3 d) AEUV können Beihilfen zur Förderung der Kultur und der Erhaltung des kulturellen Erbes, soweit sie die Handels- und Wettbewerbsbedingungen in der Union nicht in einem Maß beeinträchtigen, das dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft, als mit dem Binnenmarkt vereinbar angesehen werden.

⁴⁵²Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 82 f.

In Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG liegt der Fokus der Förderung nicht ausschließlich auf kulturellen Angeboten.

Nach Lorenzmeier komme eine Rechtfertigung nach Art. 107 Abs. 3 d) AEUV nur in Betracht, wenn die staatliche Förderung ausschließlich der Förderung kultureller Zwecke diene. Da dies vorliegend nicht gegeben sei, wäre der Ausnahmetatbestand des Art. 107 Abs. 3 d) AEUV nicht erfüllt.⁴⁵³

Nach Art. 106 Abs. 2 AEUV gelten für Unternehmen, die mit Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse betraut sind oder den Charakter eines Finanzmonopols haben, die Vorschriften der Verträge, insbesondere die Wettbewerbsregeln, soweit die Anwendung dieser Vorschriften nicht die Erfüllung der ihnen übertragenen besonderen Aufgabe rechtlich oder tatsächlich verhindert. Die Entwicklung des Handelsverkehrs darf nicht in einem Ausmaß beeinträchtigt werden, das dem Interesse der Union zuwiderläuft.

Im Protokoll Nr. 29 zum Vertrag von Lissabon sind die hohen Vertragsparteien darüber übereingekommen, dass die Bestimmungen der Verträge nicht die Befugnisse der Mitgliedstaaten berühren, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu finanzieren, sofern die Finanzierung der Rundfunkanstalten dem öffentlich-rechtlichen Auftrag, wie er von den Mitgliedstaaten den Anstalten übertragen, festgelegt und ausgestaltet wird, dient und die Handels- und Wettbewerbsbedingungen in der Union nicht in einem Ausmaß beeinträchtigt, das dem gemeinsamen Interesse zuwider läuft, wobei den Erfordernissen der Erfüllung des öffentlichen Auftrags Rechnung zu tragen ist.⁴⁵⁴

Folgt man also, wie bereits erörtert, der Feststellung, dass durch Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG der BLM ein Grundversorgungsauftrag für den lokalen und regionalen Bereich zugeschrieben werden kann, ist das Protokoll Nr. 29 zum Vertrag von Lissabon auf die vorliegende Situation zu übertragen. Demnach wären die staatlichen Mittel als verbotene Beihilfe von Art. 107 Abs. 1 AEUV ausgenommen.

Lorenzmeiers Ansicht nach findet das Protokoll Nr. 29 jedoch auf die lokalen und regionalen Fernsehanbieter im Freistaat Bayern keine Anwendung.⁴⁵⁵

⁴⁵³Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 83 f.

⁴⁵⁴Vgl. Protokoll (Nr. 29) über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Mitgliedstaaten

⁴⁵⁵Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 88

Ferner prüft Lorenzmeier drei Kriterien, die nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes erfüllt sein müssen, damit der Ausnahmetatbestand nach Art. 106 Abs. 2 AEUV eingreift.

Demnach wäre es erstens erforderlich, dass die betreffende Dienstleistung eine Dienstleistung von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse ist und der Mitgliedstaat sie als solche klar gekennzeichnet hat. Zweitens müsse das betreffende Unternehmen ausdrücklich von dem Mitgliedstaat mit der Erbringung der genannten Dienstleistung betraut worden sein. Außerdem wäre ein effizientes Kontrollsystem für die Erfüllung der übertragenen Aufgabe erforderlich. Allerdings sei ein Kontrollsystem dabei nur dann effizient, wenn eine externe Aufsichtsinstanz gegeben sei, die unabhängig von der Geschäftsführung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten agiere. Und drittens sei es im Rahmen einer Verhältnismäßigkeit erforderlich, dass die Anwendung der Wettbewerbsregeln der Verträge die Erfüllung der dem Unternehmen übertragenen besonderen Aufgaben verhindere und die Freistellung von den genannten Vorschriften die Entwicklung des Handels nicht in einem dem Interesse der Gemeinschaft der Europäischen Union zuwiderlaufenden Ausmaß beeinträchtige.⁴⁵⁶

Diese Kriterien ähneln sehr denen der Altmark-Trans-Rechtsprechung. Die Prüfung der Voraussetzungen kann deshalb mit knapper Begründung erfolgen.

Dass eine Dienstleistung von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse sowie eine Betrauung vorliegt, ist durch den Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG gesetzlich geregelt. Das erste Kriterium ist damit erfüllt.

Nach Art. 19 Satz 1 BayMG unterliegt die BLM der Rechtsaufsicht des Staatsministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst. Laut Art. 21 Abs. 2 Satz 2 BayMG übernimmt der Oberste Rechnungshof die Haushalts- und Wirtschaftsprüfung der BLM.

Gemäß Art. 15 Abs. 1 BayMG trägt der Präsident die Verantwortung für die Geschäftsführung. Er darf nicht gleichzeitig Mitglied des Medienrats, des Verwaltungsrats oder eines Organs einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt sein.

Zusätzlich zum Präsidenten wird die BLM durch ihre Organe Medienrat und Verwaltungsrat gemäß Art. 10 ff. BayMG vertreten. Sie führen sowohl die Anstalt eigenständig als auch die Inhalte der Gesetze aus bzw. setzen sie um.

⁴⁵⁶Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 89 f.

Des Weiteren konstituiert sich gegebenenfalls ein aus der Mitte des Medienrats gebildeter Programmausschuss, der die plurale gesellschaftliche Zusammensetzung der Anbieter gewährleistet, die keinem Gesellschafter einen beherrschenden Einfluss in den Organen der Gesellschaft ermöglichen soll.

Damit dürfte die zweite Forderung nach einem externen, effizienten, von der Geschäftsführung unabhängigen Kontrollsystem ebenfalls erfüllt sein.⁴⁵⁷

Das dritte Kriterium lässt sich auch bejahen. Die Begründung dafür folgt im anschließenden Zwischenfazit.

Damit liegt auch nach Art. 106 Abs. 2 AEUV ein Ausnahmetatbestand der staatlichen Förderung von lokalen und regionalen Fernsehanbietern in Bayern vom Art. 107 Abs. 1 AEUV einer verbotenen staatlichen Beihilfe vor.

Aus dem Grundsatz der Staatsferne des Rundfunks nach Art. 5 Abs. 1 GG ergibt sich, dass der Staat die Mittelverwendung den Rundfunkveranstaltern nicht vorschreiben darf, so Lorenzmeier. Demgegenüber verlange das europäische Transparenzgebot allerdings ein genaues staatliches Vorschreiben der Mittelverwendung.

Laut Lorenzmeier erscheine in der gegenwärtigen Ausgestaltung das bayerische Rundfunkmodell mit keinem der beiden Prinzipien vereinbar zu sein, da der Staat die Mittelverwendung einerseits genau vorschreibe, andererseits aber keine Transparenz im Sinne des europäischen Rechts schaffe.⁴⁵⁸

8.4.4 Zwischenfazit

Lorenzmeier kommt zu dem Ergebnis, dass die staatliche Finanzierung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter im Freistaat Bayern mit dem europäischen Wettbewerbsrecht nicht vereinbar wäre, da sie eine nicht zu rechtfertigende verbotene Beihilfe im Sinne der Vorschrift des Art. 107 Abs. 1 AEUV darstelle. Insbesondere seien die Voraussetzungen der Art. 107 Abs. 3 d) AEUV, Art. 106 Abs. 2 AEUV usw. nicht erfüllt.⁴⁵⁹

Laut Prof. Dr. Stettner ist die Förderung der lokalen Fernsehanbieter allerdings nicht als Beihilfe im Sinne des AEUV einzustufen. Die Förderung würde den Wettbewerb

⁴⁵⁷Dem stimmt auch Wieland zu, der jedoch in der unmittelbaren Förderung des Rundfunks durch Mittel aus dem Staatshaushalt eine Finanzierung aus staatlichen Mitteln im Sinne des Beihilfebegriffs des Art. 107 Abs. 1 AEUV sieht: Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 76, 83

⁴⁵⁸Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 92

⁴⁵⁹Vgl. Lorenzmeier, Rechtmäßigkeit, 2011, S. 93, 95

nicht verfälschen und den Handel zwischen den Mitgliedstaaten nicht beeinträchtigen, was nach Art. 107 Abs. 1 AEUV Voraussetzung für eine verbotene Beihilfe wäre. Die Förderung lokaler Fernsehanbieter hätte keine negativen Auswirkungen auf den Binnenmarkt, weil der Wettbewerb schließlich nur auf lokaler Ebene in Bayern stattfindet. Das BayMG verstoße deshalb auch nicht gegen das europäische Wettbewerbsrecht. Aus diesem Grund bestehe auch kein prinzipieller Widerspruch zwischen dem Gebot der Staatsferne nach deutschem Recht und dem Transparenzgebot nach europäischem Recht. Da das europäische Wettbewerbsrecht hier nicht anzuwenden sei, könne auch kein detailgetreues Festschreiben der Mittelverwendung verlangt werden. In diesem Fall gilt nur das deutsche bzw. bayerische Recht. In dem Umfang, wie die Ausformulierungen im BayMG getroffen worden sind, seien sie deshalb richtig und einwandfrei.⁴⁶⁰

Selbst einer Prüfung der Kriterien, um den Ausnahmetatbestand von einer verbotenen Beihilfe festzustellen, würde die bayerische Gesetzeslage standhalten. Nachdem aber von vornherein keine verbotene Beihilfe vorliegt, muss praktisch keine Prüfung der Ausnahmekriterien erfolgen.⁴⁶¹

Abgesehen davon wäre jedenfalls nach Stettners Bewertung der Situation eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs bei den lokalen Fernsehstationen, vergleichbar der KEF, wie es in der Altmark-Trans-Rechtsprechung gefordert wird, zu empfehlen. Das würde mehr Transparenz schaffen und dadurch könnte eindeutig überprüft werden, wie viel Geld die einzelnen Sender überhaupt benötigen und wie viel sie von der BLM dann im Endeffekt bekommen sollten.⁴⁶²

Wiederum ist sich hier der Argumentation Stettners anzuschließen. Die Förderung der lokalen und regionalen Fernsehanbieter in Bayern durch staatliche Mittel stellt keine verbotene Beihilfe im Sinne des Art. 107 Abs. 1 AEUV dar und ist daher mit dem europäischen Wettbewerbsrecht zu vereinbaren. Eine Prüfung etwaiger Kriterien, die Ausnahmen vom Beihilfetatbestand bilden, kann deshalb immer nur zu einem positiven Ergebnis führen. Die Ermittlung eines regelmäßigen Finanzbedarfs der bayerischen Lokal-TV-Anbieter wäre hinsichtlich der Schaffung besserer Transparenz zu empfehlen, aber keine zwingende Notwendigkeit und nicht verpflichtend.

⁴⁶⁰Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁴⁶¹Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Mündliche Mitteilung v. 10.06.12

⁴⁶²Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12 und vgl. Droege, Michael, der ebenfalls hinreichende Transparenz vermisst. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 115

8.5 Staatliche Finanzierungsverantwortung

Im Folgenden ist die Frage zu klären, ob der BLM oder den privaten Anbietern ein Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung zusteht.

8.5.1 Finanzgarantie gegenüber der BLM

Die BLM ist sowohl nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG als auch nach Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV Trägerin des Grundrechts der Rundfunkfreiheit und folglich Adressatin eines Grundversorgungsauftrages im lokalen und regionalen Bereich.

Die in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG garantierte Rundfunkfreiheit wird allgemein als dienende Freiheit verstanden. Sie unterstützt auf diese Weise die freie individuelle und öffentliche Meinungsbildung.⁴⁶³ Da Rundfunk nach Art. 70 ff. GG Ländersache ist, hat der Landesgesetzgeber in der Ausgestaltung dieser Gesetze die Rundfunkfreiheit zu gewährleisten. Bei dieser Ausgestaltung genießt der Gesetzgeber weitgehende Freiheit. Aber wenn er sich im Interesse der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung entschließt, die Rundfunkveranstaltung ganz oder zum Teil öffentlich-rechtlichen Anstalten, wie beispielsweise der BLM, anzuvertrauen, dann ist er von Verfassung wegen nicht nur gehalten, deren grundrechtliche Freiheit zu respektieren. Vielmehr hat er auch die Pflicht, ihnen die zur Erfüllung erforderlichen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen.⁴⁶⁴

Nach Art. 11 BayMG hat der bayerische Gesetzgeber die BLM zur Sicherstellung eines flächendeckenden Lokalrundfunkgebots verpflichtet. Wieland bestätigt beispielsweise in seinem Gutachten zur Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern, dass die BLM durch den Gesetzgeber ebenso wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk im dualen System mit einem Programmauftrag zur Bereitstellung eines flächendeckenden Regional- und Lokalrundfunkangebots betraut worden ist. Zwar sei der Landesgesetzgeber von Verfassung wegen zu dieser Betrauung nicht verpflichtet, nimmt er sie aber wahr, erwachse ihm der BLM gegenüber eine Finanzierungsverantwortung im Sinne einer aufgabenangemessenen Finanzausstattung.⁴⁶⁵

⁴⁶³Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 39 f.

⁴⁶⁴Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 40

⁴⁶⁵Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 47

Laut Wieland könne der Gesetzgeber die Veranstaltung von lokalen und regionalen Programmen auch dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, sprich dem BR, auferlegen. Dann habe er aber auch die finanziellen und sonstigen Voraussetzungen zu schaffen. Der Gesetzgeber könne von dieser Variante jedoch absehen und stattdessen privatwirtschaftlich finanzierte Veranstalter durch die Aussicht auf eine gesetzlich bereitgestellte finanzielle Förderung zu entsprechenden Programmangeboten motivieren. In Bayern selbstredend unter dem Dach der öffentlich-rechtlichen Trägerschaft der BLM. Mit dem finanziellen Anreiz hat der bayerische Gesetzgeber aber auch die Verpflichtung zur Erfüllung eines festgelegten Programmauftrages, wie er im BayMG vorgeschrieben ist, verbunden. Entscheidet er sich mithin für das Modell der Indienstnahme, entzieht er die in Dienst genommenen Anbieter der Funktionslogik des Marktes. Denn wenn die Lokal-TV-Anbieter an einen Programmauftrag gebunden sind, können sie nicht völlig frei wirtschaften, das heißt, nur begrenzt Werbeeinnahmen erzielen. Dadurch sei der Gesetzgeber folglich für ihre aufgabenangemessene Finanzierung verantwortlich, so Wieland weiter. Dabei mache es in dieser funktionsbestimmten Betrachtungsweise keinen Unterschied, ob öffentlich-rechtliche Anstalten oder Private verpflichtet würden, weil seiner Ansicht nach die Finanzierungsverantwortung der Grundversorgungsverpflichtung nachfolge.⁴⁶⁶

Zusammenfassend kommt Wieland zu dem Ergebnis, dass zwischen dem im Kern wegen Art. 111 a BV monistischen bayerischen Rundfunkmodell und einem dualen Rundfunksystem faktisch in grundrechtlicher Perspektive kaum mehr ein Unterschied festzustellen wäre.

Die Betrauung mit der öffentlichen Aufgabe, vielfältige, ausgewogene, regionale und lokale Programmangebote zu erbringen, begründe nunmehr eine Grundversorgungsfunktion im lokalen und regionalen Bereich. Aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG folge die Pflicht des Gesetzgebers, den Rundfunkveranstaltern die zur Erfüllung ihrer Aufgaben erforderlichen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen. Die BLM sei mit der Sicherstellung eines flächendeckenden Lokalrundfunkangebots vom bayerischen Gesetzgeber betraut worden. Diese Betrauung entspreche von ihrer Struktur her der des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im dualen Rundfunksystem. Wie bereits gesagt, sei der Gesetzgeber von Verfassung wegen zwar nicht zu dieser Betrauung verpflichtet. Nehme er sie aber wahr, erwachse ihm der BLM gegenüber eine Finanzierungsverantwortung im Sinne der Sicherstellung einer aufgabenangemessenen Finanzausstattung.⁴⁶⁷

⁴⁶⁶Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 50 ff.

⁴⁶⁷Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 78 ff.

Prof. Dr. Michael Droege von der Universität Osnabrück (Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Finanz- und Steuerrecht, Osnabrück) beurteilt die Situation ähnlich wie Wieland.

Seiner Ansicht nach ist der Gesetzgeber nicht nur dann gehalten, die grundrechtliche Freiheit zu respektieren, wenn er sich entschließt die Rundfunkveranstaltung ganz oder zum Teil öffentlich-rechtlichen Anstalten anzuvertrauen, sondern vielmehr hätte er auch die Pflicht, ihnen die zur Erfüllung der Aufgabe erforderlichen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen.⁴⁶⁸

Erst durch den Vorbehalt öffentlich-rechtlicher Trägerschaft in Art. 111 a Abs. 2 BV würden die Besonderheiten des bayerischen Rundfunkmodells begründet. Dieses im Grunde monistische öffentlich-rechtliche Rundfunkmodell sei mit den bundesverfassungsrechtlichen Vorgaben einer an Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG zu messenden Rundfunkordnung im Kern vereinbar. Wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk im dualen System sei deshalb die Landeszentrale durch den Gesetzgeber in Art. 11 BayMG mit der Bereitstellung eines flächendeckenden Regional- und Lokalrundfunkangebots betraut worden.⁴⁶⁹

Laut Droege folge die Finanzierungsverantwortung ebenfalls der Grundversorgung nach. Insoweit wirke auch Art. 111 a Abs. 2 BV als Garantie einer hinreichenden Finanzausstattung und verleihe ein Recht auf aufgabenangemessene Finanzierung. Welche Finanzierungsart der Gesetzgeber dabei wählt, sei grundsätzlich Sache seiner politischen Entscheidung.⁴⁷⁰

Auch nach Prof. Dr. Hubert Gersdorf begeben sich der Landtag in das verfassungswidrige Abseits, wenn er einerseits die BLM zur Veranstaltung regionalen und lokalen Fernsehens verpflichte, andererseits aber nicht die hierfür erforderlichen Mittel bereitstellt.

Die dienende Freiheit des Art. 5 Abs. 1 GG werde nicht primär im Interesse der Rundfunkveranstalter gewährleistet, sondern im Interesse freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung. Die Verfassung verpflichte den Staat, Grundlagen dafür zu schaffen, dass der Rundfunk in seiner dienenden Funktion dem privaten und öffentlichen Kommunikationsprozess nachkommen könne, weil andernfalls der Träger der Rundfunkfreiheit den nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geforderten Dienst nicht leisten könne. Dieser

⁴⁶⁸Vgl. Droege, Michael: „Steuerung durch finanzielle Anreize, finanzieller Ausgleich für regulatorische Markteingriffe“. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 105

⁴⁶⁹Vgl. Droege, Michael: „Steuerung durch finanzielle Anreize, finanzieller Ausgleich für regulatorische Markteingriffe“. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 107 ff.

⁴⁷⁰Vgl. Droege, Michael: „Steuerung durch finanzielle Anreize, finanzieller Ausgleich für regulatorische Markteingriffe“. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 110 f.

funktionalen Ausrichtung des Rundfunks korrespondiere sein Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung.

Gersdorfs Ansicht nach hätte auch die BLM einen verfassungskräftigen Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung, da sie als Trägerin des Grundrechts der Rundfunkfreiheit ebenso wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dem Prozess privater und öffentlicher Meinungsbildung diene. Der Gesetzgeber habe die BLM in den Stand zu setzen, dass sie ihrer Funktion auch tatsächlich nachkommen könne, weil sie andernfalls den von der Bayerischen Verfassung geforderten Dienst nicht leisten könne. Der Pflicht des Gesetzgebers, die Finanzierung der BLM zu gewährleisten, entspreche ein ebenfalls aus Art. 111 a BV und aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG folgendes Recht der BLM, die zur Erfüllung ihres Auftrags erforderlichen Mittel zu erhalten.⁴⁷¹

„Was von Verfassung wegen auszustrahlen ist, muß auch finanziert werden.“⁴⁷²

Gersdorf räumt ebenfalls ein, dass die Veranstaltung lokalen und regionalen Fernsehens keine verfassungsrechtliche Pflichtaufgabe der BLM darstelle, zu deren Finanzierung der Freistaat berufen wäre. Weist der Gesetzgeber der BLM aber die Aufgabe der Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk zu, hat er im Zuge dessen sicherzustellen, dass die BLM die ihr zugewiesene Aufgabe auch wahrnehmen kann. Hierzu sei erforderlich, dass der Landeszentrale die zur Erfüllung dieser Sachaufgabe notwendigen Mittel zur Verfügung gestellt werden. Da der Gesetzgeber der BLM diese Pflichtaufgabe de facto zugewiesen hat, besitzt sie auch einen Anspruch darauf, ihre gesetzlich bestehende Verpflichtung erfüllen zu können, ungeachtet des Umstandes, dass diese Aufgabe keinesfalls verfassungsrechtlich verbindlich ist. Der Anspruch beziehe sich dabei nicht auf bestimmte Finanzierungsquellen, sondern nur auf die Finanzierung per se.⁴⁷³

Laut Gersdorf sei der bayerische Gesetzgeber nicht daran gehindert, auf die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit lokalen und regionalen Fernsehangeboten zu verzichten. Allerdings sei es ihm versagt, der BLM die Verpflichtung zur Veranstaltung lokalen und regionalen Fernsehens aufzuerlegen, ohne ihr aber die zur Erfüllung dieser Aufgabe erforderlichen Mittel zur Verfügung zu stellen. Die Finanzierungsverantwortlichkeit treffe nicht die BLM, sondern den Gesetzgeber, der diese mit der Auf-

⁴⁷¹Vgl. Gersdorf, Hubert: „Programmauftrag und Finanzierungsgewährleistungspflicht im Rundfunkmodell nach dem BayMG“. In: BLM, Medienrecht, 2001, S. 72 ff.

⁴⁷²Ebd., S. 75

⁴⁷³Vgl. Gersdorf, Hubert: „Programmauftrag und Finanzierungsgewährleistungspflicht im Rundfunkmodell nach dem BayMG“. In: BLM, Medienrecht, 2001, S. 78 ff.

gabe der Veranstaltung lokalen und regionalen Fernsehens betraut hat. Gersdorf geht sogar noch einen Schritt weiter, indem er sagt, der Anspruch der BLM auf funktionsgerechte Finanzierung begründe eine einklagbare Rechtsposition der BLM.⁴⁷⁴

Außerdem sei es Sache der BLM in Wahrnehmung ihrer Autonomie zu definieren, welche Aspekte zur Funktionserfüllung erforderlich seien. Deswegen habe sie nicht nur einen Anspruch auf das, was von Verfassung wegen zwingend erforderlich ist, nämlich die Grundversorgungsangebote: Alles, was zur Funktionserfüllung erforderlich ist, sei zu finanzieren.⁴⁷⁵

8.5.2 Finanzgarantie gegenüber den lokalen TV-Anbietern

Laut Art. 23 Abs. 5 Satz 3 i. V. m. Art. 23 Abs. 7 Satz 7 BayMG werden Rechtsansprüche auf finanzielle oder sonstige Fördermaßnahmen mit der Betrauung (nach Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG) nicht begründet.

Im Folgenden ist zu klären, ob die lokalen TV-Anbieter einen Anspruch auf Förderung geltend machen können und oben genannte Vorschrift deswegen gegen ihr Grundrecht nach Art. 5 Abs. 1 GG verstößt.

Anders als Stettner sieht Wieland, soweit der Staat private Rundfunkanbieter in Art. 23 Abs. 1 bis 6 BayMG mit dem Erbringen vielfältiger und ausgewogener regionaler und lokaler Rundfunkangebote als öffentliche Aufgabe betraut hat, eine Grundversorgungsfunktion der lokalen Anbieter. Diesen stehe kraft Bundesverfassungsrecht deshalb ebenfalls ein Anspruch auf eine funktionsgerechte Finanzierung zu.⁴⁷⁶

Wielands Ansicht nach werde nicht nur die BLM, sondern ebenso die mit der Veranstaltung von Lokalrundfunk nach Maßgabe der Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG betrauten Anbieter von der staatlichen Finanzierungsverantwortung erfasst, weil durch die Betrauung auch ihnen eine Verantwortung für ein ausgewogenes Programmangebot erwächst.⁴⁷⁷

⁴⁷⁴Vgl. Gersdorf, Hubert: „Programmauftrag und Finanzierungsgewährleistungspflicht im Rundfunkmodell nach dem BayMG“. In: BLM, Medienrecht, 2001, S. 83

⁴⁷⁵Vgl. BLM, Medienrecht, 2001, S. 93, S. 103 f.

⁴⁷⁶Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 38, S. 59

⁴⁷⁷Vgl. Wieland, Lokalrundfunkfinanzierung, 2009, S. 80 ff.

Auch Droege ist hier prinzipiell der gleichen Meinung.

Gegenüber den privaten Rundfunkanbietern stehe der Gesetzgeber grundsätzlich in keiner Finanzierungspflicht. Hier sollten nach seiner Systementscheidung die Strukturen des Marktes die Angebotsfinanzierung tragen.⁴⁷⁸ Doch dürfe der private Rundfunk normativ gesehen nicht Bedingungen unterworfen werden, die sein marktförmiges Handeln wesentlich erschweren oder gar unmöglich machen würden.⁴⁷⁹

Durch die Betrauung nach Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG erwachse den privaten Anbietern eine Verantwortung für ein ausgewogenes und den Kommunikationsbedürfnissen allen verpflichteten Programmangebots. Vor allem auf lokaler Ebene könne ein entsprechendes Programmangebot durch Eigenfinanzierung am Markt nicht dauerhaft aufrecht erhalten werden. Wählt also der Gesetzgeber zur Sicherstellung ausgewogener Lokalfunkangebote das Modell der Indienstnahme, dann entzieht er die indienstgenommenen Anbieter der Funktionslogik des Marktes und sei für ihre aufgabenangemessene Finanzierung einstandspflichtig. Grundsätzlich verfüge der Gesetzgeber zwar über die Befugnis, die Veranstaltung von Programmen, die über den Markt nicht oder nicht in wünschenswerter Weise zustande kommen, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufzuerlegen. Allerdings müsse er dann auch die finanziellen und sonstigen Voraussetzungen dafür schaffen. Sieht der Gesetzgeber von dieser in der dualen Rundfunkordnung nahe liegenden Variante ab und motiviere stattdessen privatwirtschaftlich finanzierte Veranstalter durch die Aussicht auf eine gesetzlich bereitgestellte finanzielle Förderung zu entsprechenden Programmangeboten, entstehe ein Risiko für die Funktionsweise eines auf ökonomischem Wettbewerb beruhenden, privatwirtschaftlichen Rundfunks, dem der Gesetzgeber entgegenwirken müsse. Im Ergebnis würden die Normen in Art. 23 Abs. 5 Satz 3 und Abs. 7 Satz 7 BayMG, die Rechtsansprüche auf Förderung infolge der Betrauung einfachgesetzlich ausschließen, gegen die Finanzierungsgarantie verstoßen und seien damit verfassungswidrig.⁴⁸⁰

⁴⁷⁸Vgl. Droege, Michael: „Steuerung durch finanzielle Anreize, finanzieller Ausgleich für regulatorische Markteingriffe“. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 106

⁴⁷⁹Vgl. Vesting, Thomas: „Verfassungsrechtliche Anforderungen an die Aufsicht über Online-Medien (Rundfunk und Telemedien)“ In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 35

⁴⁸⁰Vgl. Droege, Michael: „Steuerung durch finanzielle Anreize, finanzieller Ausgleich für regulatorische Markteingriffe“. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 109 f.

8.5.3 Zwischenfazit

Im Schrifttum sind sich zunächst alle Experten einig, dass zumindest der BLM ein Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung zusteht, der im Extremfall sogar einklagbar ist. Viele Gutachter wollen dagegen auch bei den privaten Anbietern einen Anspruch auf Förderung sehen. Ihrer Meinung nach verstoße deshalb Art. 23 Abs. 5 Satz 3 i. V. m. Abs. 7 Satz 7 BayMG gegen das Grundrecht der Rundfunkfreiheit der privaten Anbieter nach Art. 5 Abs. 1 GG und sei deshalb verfassungswidrig.

Allerdings hat ausschließlich die BLM die Letztverantwortung über das Programm, nicht die privaten Anbieter. Sie ist daher Rundfunkveranstalterin, die in letzter Instanz die absolute Verantwortung für die Programmangebote trägt. Die privaten Anbieter bringen ihre Programmangebote zwar ein, tragen allerdings keine letztendliche Verantwortung. Wie bereits festgestellt, sind sie deshalb auch nicht Adressaten eines Grundversorgungsauftrages im Vergleich zur BLM. Folglich können sie keinen Anspruch auf Förderung bzw. funktionsgerechte Finanzierung geltend machen. Die entsprechenden Vorschriften im BayMG verstoßen deshalb nicht gegen höherrangiges Recht und sind auch nicht verfassungswidrig.

Der bayerische Mediengesetzgeber hat die BLM zur Sicherstellung eines flächendeckenden Lokalrundfunkangebotes verpflichtet (Art. 2 i. V. m. Art. 11 BayMG). Wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist die BLM durch den Mediengesetzgeber mit einem Programmauftrag zur Bereitstellung eines flächendeckenden Regional- und Lokalrundfunkangebots betraut worden. Zwar besteht für den Landesgesetzgeber qua Verfassung zu dieser Betrauung keine Verpflichtung. Nimmt er sie aber vor, erwächst ihm gegenüber der BLM aus dem Zurechnungskriterium der Ingerenz eine Finanzierungsverantwortung im Sinne der Sicherstellung einer aufgabenangemessenen Finanzausstattung. Die Finanzverantwortung folgt also der Grundversorgungsverpflichtung nach. Auch Stettner schließt sich dieser Meinung vollumfänglich an. Seiner Ansicht nach kann die BLM sehr wohl die nötigen Finanzmittel für die Aufgaben, die ihr der Gesetzgeber auferlegt hat, verlangen. Er könne ihr schließlich nicht eine Aufgabe zuweisen ohne dafür zu sorgen, dieser auch gerecht zu werden. Die BLM habe einen Anspruch auf funktionsgerechte Finanzausstattung durch den Staat, den sie auch geltend machen könne. Wenn der Gesetzgeber dieses System nicht finanzieren will, solle er es abschaffen. Rechtlich wäre das kein Problem. Will er es aber haben, müsse er sich auch für die Sicherung bzw. Erfüllung, also die Finanzierung einsetzen.⁴⁸¹

⁴⁸¹Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

8.6 Finanzautonomie der BLM

Niemand ist frei, der nicht über sich selbst Herr ist.

Matthias Claudius

Die BLM ist eine staatsfreie und autonome Anstalt des öffentlichen Rechts. Qua Gesetz wurde ihr in Teilen die Verwendung ihrer Finanzmittel genau vorgeschrieben. Nachfolgend wird deshalb untersucht, ob dadurch ein rechtswidriger Eingriff in die Finanzautonomie der BLM vorliegt und wie damit gegebenenfalls zu verfahren ist.

8.6.1 Verstoß des § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG

Wie bereits erwähnt, tritt die BLM als Trägerin des Grundrechts der Rundfunkfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 GG auf. Diese Rundfunkfreiheit dient der freien, individuellen und öffentlichen Meinungsbildung. Als Leitmedium und Massenkommunikationsmittel sind für den Rundfunk die Aktualität, Breitenwirkung und Suggestivkraft Legitimationsgrundlage.⁴⁸² Zu den Elementen der Rundfunkfreiheit zählen die individualgrundrechtlich gesicherte Veranstalterfreiheit und die Gewährleistung der Programmautonomie. Die dem Veranstalter, also der BLM zugeordnete Rundfunkfreiheit bedeutet im Kern wiederum Programmfreiheit. Diese gewährleistet, dass der Rundfunk frei von externer Einflussnahme entscheiden kann, wie er seine publizistische Aufgabe erfüllt.⁴⁸³

Wie bereits in Kapitel 3.2 dargestellt, wurde die Finanzierungsgrundlage der BLM im Zuge der schrittweisen Abschaffung des Teilnehmerentgelts spürbar geschmälert. Nachdem die Erhebung des Teilnehmerentgelts 2007 vom Gesetzgeber schließlich ganz eingestellt wurde und für die Förderung der bayerischen Lokalsender Mittel aus dem Staatshaushalt (anfangs nur als Übergangslösung gedacht) festgeschrieben wurden, griff der Gesetzgeber unmittelbar in die Haushaltsautonomie der BLM ein. Mit dem Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes vom 08.12.09 schrieb der Gesetzgeber eine Zweckbindung für die Haushaltsmittel der BLM in steigender Höhe vor.⁴⁸⁴

Die degressiv gestaltete staatliche Förderung sah für 2010 Mittel in Höhe von 9 Millionen Euro vor, für 2011 nur noch 7 Millionen Euro und für 2012 lediglich 5 Millionen Eu-

⁴⁸²Vgl. Bethge, BLM, 2011, S. 67, S. 89

⁴⁸³Vgl. Ebd., S. 28 f.

⁴⁸⁴Vgl. Ebd., S. 5

ro. Allerdings unterliegen diese Beträge einer bereits beschlossenen Haushaltssperre von ca. 10 Prozent. Das heißt, das Fördervolumen reduziert sich und den lokalen sowie regionalen Fernsehanbietern stehen effektiv in 2010 8,1 Millionen Euro, in 2011 6,3 Millionen Euro und in 2012 4,5 Millionen Euro aus staatlichen Mitteln zur Verfügung.⁴⁸⁵

Nach § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG leistet die Landeszentrale zur Förderung nach Art. 23 des Bayerischen Mediengesetzes im Jahr 2010 einen Beitrag von 0,5 Millionen Euro, im Jahr 2011 einen Beitrag von einer Million Euro und im Jahr 2012 einen Beitrag von zwei Millionen Euro.

Die Inpflichtnahme der BLM zur Leistung eigener Mittel aus dem Stammhaushalt zur Förderung der Lokalsender sollte die oben dargestellte degressive Mittelleistung aus dem Staatshaushalt abfedern bzw. kompensieren.⁴⁸⁶

Nach Art. 21 Abs. 2 Satz 1 BayMG ist die BLM aber mit der Befugnis zu autonomer Haushaltsführung ausgestattet. Dabei ist sie lediglich dem Erfordernis einer Genehmigung des Haushaltsplans und einer Entlastung der Haushaltsführung durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst sowie einer Haushalts- und Wirtschaftsprüfung durch den Obersten Rechnungshof (Art. 21 Abs. 2 Satz 2 und Abs. 4 Satz 1 i. V. m. 19 Satz 1 BayMG) unterworfen. Das Bayerische Mediengesetz gewährleistet der BLM in der Sache folglich Finanzautonomie. Das heißt, sie hat das Recht, über die Verwendung der ihr gemäß Art. 21 Abs. 1 BayMG zustehenden finanziellen Mittel und die Umsetzung der in Art. 2 i. V. m. Art. 11 BayMG normierten Aufgaben ohne konkrete gesetzliche oder sonstige staatliche Vorgaben durch die hierfür jeweils kompetenten Organe zu entscheiden.⁴⁸⁷

Funktion und Aufgaben der BLM kann der Gesetzgeber zwar in abstrakter Weise regeln und damit auch deren Finanzbedarf steuern, aber der Genauigkeit dieser gesetzgeberischen Vorgaben sind allerdings durch die öffentliche Verantwortung und die öffentlich-rechtliche Trägerschaft der BLM Grenzen gesetzt. Müller-Terpitz konstatiert in seinem Gutachten zur Finanzautonomie der BLM deshalb, dass die BLM in der Art und Weise, wie sie ihre gesetzlich konkretisierten Aufgaben erfüllt, grundsätzlich frei ist. Auf Grund der Gewährleistung des Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV stehe ihr die Bestimmung dessen, was die verfassungsrechtlich vorgegebene und gesetzlich näher umschriebene Trägerschaft in konkretem Maße erfordere, zu.⁴⁸⁸

⁴⁸⁵Vgl. Ebd., S. 12 f.

⁴⁸⁶Vgl. Ebd., S. 14

⁴⁸⁷Vgl. Ebd., S. 35 f.

⁴⁸⁸Vgl. Ebd., S. 33

„Staatliche Vorgaben dürfen deshalb nicht so detailgenau sein, dass sich daraus die Art und Weise der Aufgabenerledigung präzise ableiten ließe.“⁴⁸⁹

In concreto folge daraus, dass gesetzliche Vorgaben zur finanziellen Mittelverwendung bzw. –aufteilung nicht als Instrument der Disziplinierung oder sonstigen Einwirkens auf die Art der Aufgabenwahrnehmung genutzt werden dürfen. Das gelte selbst dann, wenn die Mittel zur Erfüllung der verfassungsrechtlich unabdingbar gebotenen Mindestaufgaben ausreichen würden, da hier zumindest im Hinblick auf andere Aufgaben ein Potenzial zur indirekten Beeinflussung geschaffen werde, so Müller-Terpitz.⁴⁹⁰

Der Gesetzgeber hätte mit dem § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG eine signifikante Abweichung von dem in Art. 21 BayMG zum Ausdruck kommenden Prinzip der Finanzautonomie der BLM statuiert. Diese Vorschrift nehme dabei nicht nur unmittelbaren Einfluss auf die Art und Weise der Aufgabenerledigung der BLM, sondern bewirke gleichzeitig mittelbar die Erledigung ihrer anderen nach Art. 11 BayMG konkretisierten Aufgaben, da die durch gesetzgeberische Entscheidung zweckgebundenen Finanzmittel für diese weiteren Anforderungen nicht mehr zur Verfügung stehen würden. Der Gesetzgeber dürfte mit einer solchen Zweckbindung die Grenzen seines verfassungsrechtlichen Ausgestaltungsspielraums überschritten haben, so das Ergebnis von Müller-Terpitz. Der Gesetzgeber könne eine der Höhe nach konkret fixierte Ausgabenentscheidung nicht an Stelle des hierfür verfassungsrechtlich etablierten Rundfunkträgers treffen, ohne dadurch seinen rahmenrechtlichen Ausgestaltungsauftrag zu überschreiten und vor allem gegen das Gebot der Staatsferne zu verstoßen.⁴⁹¹

Müller-Terpitz räumt ein, dass der Gesetzgeber möglicherweise berechtigt sei, die Mittelzuweisung auf dem dafür vorgesehenen Weg zu kürzen, sollte er den Eindruck haben, dass der BLM insgesamt zu hohe finanzielle Ressourcen für ihre Aufgabenerledigung zur Verfügung stehen. Dagegen sei es untypisch und aus Gründen der Staatsferne verfassungsrechtlich bedenklich, wenn der parlamentarische Gesetzgeber konkrete haushalterische Entscheidungen stellvertretend für die mit Selbstverwaltungsautonomie ausgestattete Institution BLM treffe.⁴⁹²

⁴⁸⁹Ebd.

⁴⁹⁰Vgl. Ebd., S. 34

⁴⁹¹Vgl. Ebd., S. 39 ff.

⁴⁹²Vgl. Ebd., S. 44, S. 50

8.6.2 Zwischenfazit

Auch Prof. Dr. Stettner schließt sich der These an, dass der § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG einen verfassungsrechtlichen Verstoß gegen die Finanzautonomie der BLM nach Art. 111 a Abs. 2 BV darstellen dürfte. Seiner Ansicht nach bewegt sich der Gesetzgeber damit am Rande des Legalen. Stettner würde für die geplante zukünftige Förderung daher empfehlen, solch eine Verpflichtung zur Finanzierung aus ihrem eigenen Haushalt der BLM nicht mehr gesetzlich vorzugeben. Die BLM sei eine autonome und staatsfreie Anstalt des öffentlichen Rechts. Deswegen sollte ihr Haushalt nicht gesetzgeberisch manipuliert werden, da sonst die Staatsfreiheit und die Autonomie hochgradig gefährdet wären.⁴⁹³

§ 40 Abs. 2 RStV eröffnet dem Gesetzgeber das Recht des Vorwegabzugs eines Teils der den Landesmedienanstalten nach § 10 RFinStV zustehenden Anteile an der Rundfunkgebühr (soweit die Gründe für den Vorwegabzug frei von medienpolitischen Zwecksetzungen sind). Der bayerische Gesetzgeber hat davon bisher noch keinen Gebrauch gemacht. Das Argument „des milderer Mittels“ rechtfertigt trotzdem in diesem Sinne auch nicht den Eingriff nach § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG in die Finanzautonomie der BLM.

8.7 Zusammenfassung

Die Vorschrift des Art. 111 a BV ist mit höherrangigem Recht vereinbar. Sie verstößt nicht gegen den Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG. Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit der BLM nach Art. 111 a Abs. 2 BV ist mit dem der privaten Anbieter nach Art. 5 Abs. 1 GG im Abwägungsfall zu einem schonenden Ausgleich zu bringen, wobei die BLM als Rundfunkveranstalterin und Letztverantwortliche über die Programmangebote hierbei eine gewichtigere Stellung einnehmen dürfte, da sich die privaten Anbieter dem Trägerschaftsvorbehalt der BLM unterordnen müssen.

Art. 111 a BV begründet kein öffentlich-rechtliches Monopol, da es privaten Anbietern offen steht, ihre Programme in das von der BLM in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft veranstaltete Fernsehangebot einzubringen. Die Vorschrift verstößt deshalb nicht gegen Art. 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention.

⁴⁹³Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

Auch liegt kein Verstoß des Art. 111 a BV gegen die in Art. 49 und Art. 56 AEUV festgelegte Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit vor. Jedem interessierten Anbieter steht es frei, auf andere Bundesländer außerhalb Bayerns auszuweichen und von dort aus sein Programm zu senden. In Anbetracht dessen, dass bei der Veranstaltung eines lokalen oder regionalen Fernsehprogramms die örtliche Nähe des Veranstalters zum Ort des Geschehens, über das er berichten möchte, als sinnvoll erscheint, sind die Vorschriften des BayMG nicht zu beanstanden.

Ein Grundversorgungsauftrag konnte indessen nur bei der BLM festgestellt werden, nicht jedoch bei den privaten Veranstaltern.

Das Gebot der Staatsferne wird durch die finanzielle Förderung aus staatlichen Mitteln nicht verletzt. Die BLM bekommt das Geld als Erstempfänger und leitet es dann in eigener Verantwortung an die privaten Anbieter weiter. Dabei entscheidet sie selbst über das Vorliegen der Zuwendungsvoraussetzungen. Durch dieses zweistufige Verfahren gewinnt das Geld somit „neutralen“ Charakter. Ein staatlicher Einfluss auf das Programm kann daher ausgeschlossen werden. Zukünftig soll nur noch die technische Infrastruktur, nicht mehr jedoch das Programm gefördert werden. Dadurch entfernt man sich letztendlich vollends vom Vorwurf fehlender Staatsferne.

Das bayerische Fördersystem ist indes einwandfrei mit dem europäischen Wettbewerbsrecht vereinbar. Die staatliche Förderung stellt keine verbotene Beihilfe im Sinne des Art. 107 AEUV dar. Eine Prüfung möglicher Ausnahmekriterien, wie nach der Altmark-Trans-Rechtsprechung der Art. 107 Abs. 3 d) und Art. 106 Abs. 2 AEUV kann deshalb immer nur zu einem positiven Ergebnis führen. Solche Prüfungen sind im Endeffekt nicht nötig, da der Beihilfetatbestand durch die staatliche Förderung nicht erfüllt ist.

Der bayerische Gesetzgeber hat eine staatliche Finanzierungsverantwortung gegenüber der BLM. Durch die Betrauung der BLM mit der öffentlichen Aufgabe, lokales und regionales Fernsehen zu veranstalten, erwächst dem Gesetzgeber der BLM gegenüber die Pflicht zu einer aufgabenangemessenen Finanzierung. Qua Verfassung ist er zu dieser Betrauung zwar nicht verpflichtet, nimmt er sie aber wahr, muss er der BLM auch die zur Erfüllung ihrer Aufgaben notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung stellen. Diese Rechtsposition der BLM ist gerichtlich einklagbar.

Die privaten lokalen und regionalen Fernsehanbieter haben dagegen keinen Anspruch auf Förderung. Sie tragen nicht die Letztverantwortung über das Programmangebot wie die BLM und gehören nicht zu den Adressaten des Grundversorgungsauftrages. Die Vorschriften der Art. 23 Abs. 5 Satz 3 i. V. m. Abs. 7 Satz 7 BayMG verstoßen deshalb nicht gegen das Grundrecht der Rundfunkfreiheit der privaten Anbieter. Sie sind daher absolut einwandfrei und nicht verfassungswidrig.

In den Art. 11, 19, 21 und 23 BayMG hat der Gesetzgeber die BLM mit einer Haushalts- und Finanzautonomie ausgestattet. § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG greift dabei in nicht vertretbarem Maße in diese Rechte der BLM ein. Die Zweckbindung von Finanzmitteln aus dem Haushalt der BLM dürfte einen verfassungsrechtlichen Verstoß gegen das Selbstverwaltungsrecht der BLM aus Art. 111 a Abs. 3 BV und Art. 5 Abs. 1 GG darstellen. Außerdem bedroht dieser Eingriff in den verfassungsrechtlich geschützten Autonomiebereich der BLM als staatsfreier Institution in erheblichem Maße das Gebot der Staatsferne. Für die geplante zukünftige Förderung von 2012 bis 2016 ist deshalb zu empfehlen, Vorschriften wie sie § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG zur Zweckbindung von Haushaltsmitteln der BLM enthält, nicht zu übernehmen, weder in dieser noch in ähnlicher Form.

D

Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern

9 Optimierungsmöglichkeiten und Lösungsvorschläge

„Die meisten Probleme entstehen bei ihrer Lösung.“
Leonardo da Vinci

Anhand von 16 Fragebögen, die an alle bayerischen Lokalsender verschickt wurden, den Experteninterviews mit Wolfgang Flieger, dem Pressesprecher der BLM, und Rupert Stettner, dem Rektor der Hochschule für Politik in München, sowie der Studie „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“ von Goldmedia und dem „Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern“ von den Verbänden VBL und VBRA verfolgt dieses Kapitel die Intention, Lösungsmöglichkeiten dahingehend aufzuzeigen, wie lokales Fernsehen in Bayern wirtschaftlich tragfähig, eventuell sogar ohne Förderung, gestaltet werden kann.

9.1 Optimierungsmöglichkeiten in der bestehenden Struktur ohne Förderung

Zunächst wird nachfolgend ermittelt, wie sich die Situation der lokalen Fernsehsender in Bayern komplett ohne Förderung darstellen würde. Anschließend wird das Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ vorgestellt, nach welchem die bisherigen Strukturen erhalten bleiben und durch eine Reduktion des Programmvolumens die Kosten optimiert werden können.

9.1.1 Lokal-TV ohne Kostenanpassung

Goldmedia berechnete in ihrer Studie von 2006 bereits, wie sich die wirtschaftliche Situation der bayerischen Lokalfernsehsender voraussichtlich entwickeln würde, wenn die damalige Struktur (von 15 Lokal- und Ballungsraumsendern) erhalten bliebe und das Teilnehmerentgelt vollständig entfallen würde. Zu dem Zeitpunkt rechnete man noch damit, dass das Teilnehmerentgelt bis ca. 2009 bzw. 2010 fortgeführt wird.⁴⁹⁴

⁴⁹⁴Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation 2006, S. 135

Die Berechnung basierte dabei auf folgenden Annahmen:

Annahmen zu den Kosten (Basis: 2005)

- Die Personalkosten bleiben konstant.
- Die sonstigen Kosten bleiben konstant.
- Die Kosten für Abschreibungen bleiben konstant.
- Die Steuerlast reduziert sich in Relation zum Ertragsrückgang.
- Die Kosten für Leitungen und analoge Kabeleinspeisung bleiben konstant⁴⁹⁵.
- Die Kosten für die analoge Fensterschaltung steigen auf 390.000 Euro.
- Die Lokal-TV-Sender werden im digitalen Kabel mit einem digitalen Kanal und einem RTL-Fenster auf einem zusätzlich ausgestrahlten RTL-Programm verbreitet. Die Investitionskosten für die dafür notwendigen Systeme belaufen sich auf maximal 900.000 Euro und werden über 5 Jahre abgeschrieben. Möglicherweise anfallende Entwicklungskosten werden nicht mit einkalkuliert.
- Die durchschnittlichen Kosten für eine digitale Programmverbreitung im Kabel betragen 52.000 Euro pro Sender. Die Kosten für einen zusätzlichen digitalen RTL-Kanal werden nicht berücksichtigt.
- Die DVB-S-Verbreitung bleibt erhalten (Basis: 2006)⁴⁹⁶.

In der heutigen Situation kann davon ausgegangen werden, dass die Personalkosten noch geringfügig gestiegen sind, da wieder mehr Personal eingestellt wurde. Die Kosten für das digitale Kabel können auf die momentane Situation übertragen werden, weil erst in diesem Jahr (2012) eine Aufschaltung des RTL-Fensters im digitalen Kabel erfolgen wird. In 2006 rechnete man damit, dass dies schon früher geschieht. Die Kosten für die digitale Satellitenverbreitung werden zwar im Zuge der Ausweitung auf zehn Satellitenkanäle noch auf 10 Millionen Euro steigen. Diese Kosten müssen die Lokalsender jedoch nicht selbst tragen. Heute, Mitte 2012, sind sechs Satellitenkanäle statt der bisherigen 4 (in 2005 bzw. 2006) „on Air“. Deswegen sind diese Kosten höchstwahrscheinlich auch gestiegen. Vor der Analogabschaltung des Satellitensignals (30.04.12) betrugen die Satellitenverbreitungskosten 2,3 Millionen Euro, wovon alleine 2 Millionen Euro von der BLM übernommen wurden und 200.000 Euro ausschließlich von münchen.tv aufgebracht werden mussten.⁴⁹⁷ Die restliche Summe von 100.000 Euro, verteilt auf 15 Lokalsender, fällt daher eher marginal ins Gewicht.

⁴⁹⁵Laut BLM, Geschäftsbericht, 2010, S. 55 betrugen in 2010 die Leitungskosten 1.369.000 Euro, die Kabeleinspeisungskosten 82.000 Euro, die Schaltungskosten 373.000 Euro, und die ATM-Kosten 378.000 Euro.

⁴⁹⁶Vgl. Ebd.

⁴⁹⁷Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Annahmen zu den Erlösen (Basis: 2005)

- Die durch TV Bayern akquirierten nationalen bzw. überregionalen Werbeeinnahmen bleiben konstant⁴⁹⁸.
- Die selbst generierten Einnahmen der Sender aus den Bereichen Werbung, Sponsoring, Auftragsproduktionen/Programmverkäufe sowie sonstige Einnahmen bleiben konstant.
- Einzige Ausnahme bildet der Sender münchen.tv. Der Ballungsraumsender befand sich 2005 noch in der Aufbauphase. Hier wurde eine Steigerung der selbst generierten Einnahmen um 20 % bis 2009 angenommen.
- Der im September 2006 neu gestartete, grenzübergreifende Sender Regio TV Schwaben (Ulm/Neu-Ulm) arbeitet kostendeckend.
- Das Teilnehmerentgelt von 8,7 Millionen Euro wird durch den Inkasso-Erfolg der BLM bis Ende 2008 gehalten. In 2009 ist noch ein Restbetrag von 1,5 Millionen Euro für die Distributionsförderung übrig. In 2010 entfällt das Teilnehmerentgelt.
- Die Erlöse aus dem Finanzierungsbeitrag steigen durch eine neue Gebührenregelung auf 1,2 Millionen Euro. Die Erlöse aus der Ablösesumme für den Werbeblock auf RTL nach 20:00 Uhr bleiben konstant. Die Erlöse für die individuelle Programmförderung besonderer Lokal-TV-Programme bleiben erhalten (700.000 Euro). Die BLM-Technikförderung für die ATM-Leitungen bleibt erhalten.⁴⁹⁹

Da TV Bayern eine überregionale bzw. bundesweite Vermarktung für die bayerischen Lokalsender plant und damit noch in diesem Jahr begonnen werden soll, ist damit zu rechnen, dass die Werbeeinnahmen hier steigen werden. Eine Aussage darüber, in welcher Größenordnung sich die Werbeeinnahmen zukünftig bewegen, lässt sich erst gegen Ende des Jahres 2013 verbindlich treffen. Die Werbeeinnahmen aus der nationalen Werbevermarktung durch TV-Bayern belaufen sich nach Abzug der Verwaltungs- und sonstigen Kosten derzeit auf ca. 2,1 Millionen Euro. Nach Aufschaltung der zehn Satellitenkanäle wird mit einer Erhöhung auf ca. 2,25 Millionen Euro gerechnet. Die seit 2010 zusammen ausgewiesene Summe aus dem Finanzierungsbeitrag und der Ablösesumme beträgt in 2012 etwa 3,373 Millionen Euro. Selbst generierte Werbeeinnahmen der Lokal- und Ballungsraumsender belaufen sich in 2012 dabei auf insgesamt 14 Millionen Euro. Für die individuelle Programmförderung brachte die BLM 2012 1,4 Millionen Euro auf. Die staatliche Förderung betrug (ohne zusätzliche Förderung der BLM

⁴⁹⁸münchen.tv war zu diesem Zeitpunkt noch nicht im Vermarktungsverbund von TV Bayern. In 2005 betrugen die Werbeeinnahmen von TV Bayern rund 330.000 Euro. Mit münchen.tv könnte der Gesamtumsatz vielleicht wieder auf 530.000 Euro gesteigert werden.

⁴⁹⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation 2006, S. 136

und mit Haushaltssperre) für 2008 und 2009 ca. 4,5 Millionen Euro, für 2010 ca. 8,1 Millionen Euro, für 2011 ca. 6,3 Millionen Euro und in 2012 lediglich noch ca. 4,5 Millionen Euro. Für 2013 soll die staatliche Förderung auf 8 Millionen Euro erhöht werden und von 2014 bis einschließlich 2016 auf je 10 Millionen Euro pro Jahr.⁵⁰⁰

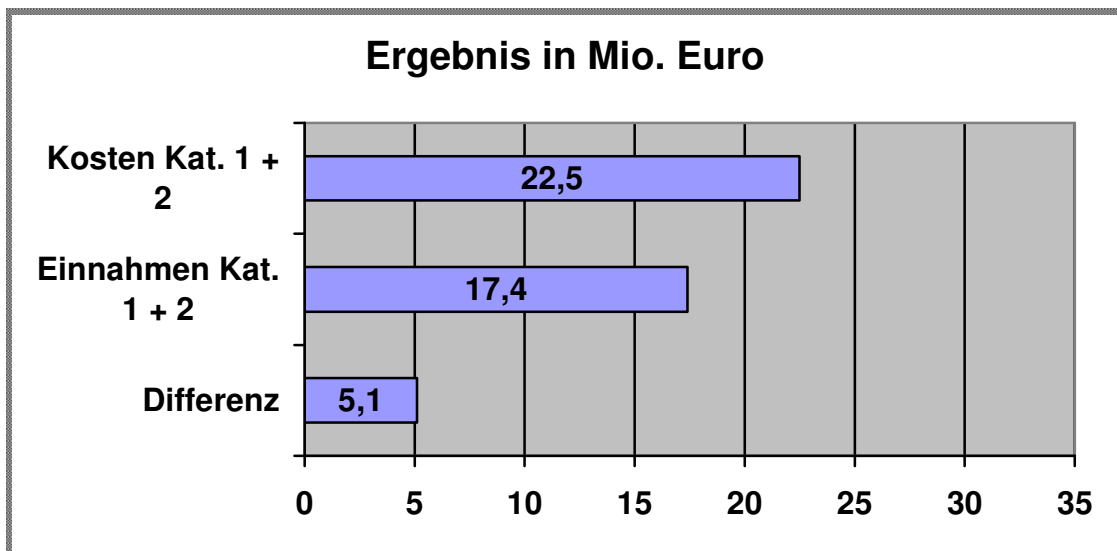
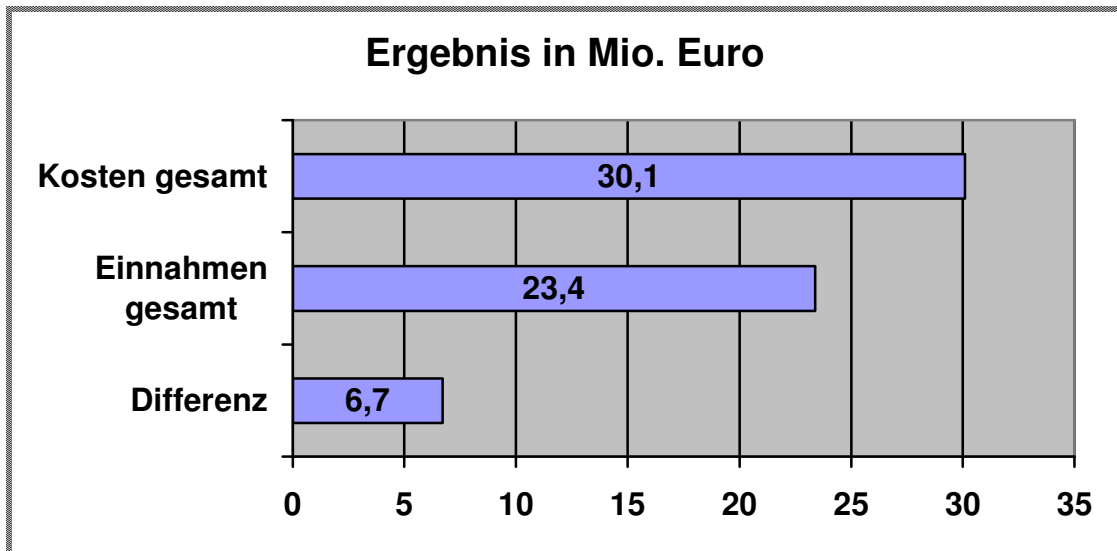
Im Vergleich zu den Annahmen von Goldmedia im Jahr 2006 zur heutigen Situation in 2012 sind die Kosten augenscheinlich in der Relation der Erlöse gestiegen, weswegen die Studie auf die heutige Situation übertragen werden kann. Um jedoch eine detaillierte, realitätsnahe und aktuelle Darstellung zu erhalten, wäre eine neuerliche Durchführung der Studie dringend zu empfehlen.

2006 prognostizierte Goldmedia, dass die bayerischen Lokalfernsehsender ohne Teilnehmerentgeltförderung bei steigenden Kosten für die digitale Kabelnetzverbreitung ohne Kostenanpassung ab 2010 einen Gesamtverlust von 6,77 Millionen Euro generieren würden. Ca. 5,2 Millionen Euro davon entfallen auf die Sender der Kategorien 1 und 2. Somit verantworten die beiden Ballungsraumsender in Franken und München knapp 1/4 des Gesamtverlustes.⁵⁰¹

⁵⁰⁰Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12 u. vgl. Antrag, Drucksache 16/2341, 2009, S. 16 und § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG (v. 01.01.2010) und vgl. BLM: „Die Finanzierung der BLM“.

URL: http://www.blm.de/de/pub/die_blm/finanzierung.cfm (Zugriff am 10.07.12 um 10:10 Uhr)

⁵⁰¹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 137



Quelle: Goldmedia-Analyse, Basis: AKM/BLM-Zahlen 2006

Abbildung 52: Lokal-TV ohne Kostenanpassung - Kosten und Erlöse in 2010 ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro⁵⁰²

Ohne Kostenanpassung wird der Kostendeckungsgrad der meisten Sender in den Kategorien 1 und 2 unter 80 Prozent liegen. Wegen unterschiedlich hoher Netzkosten je nach Struktur des Verbreitungsgebiets und in der Höhe schwankenden Werbeeinnahmen, basierend auf dem jeweiligen unternehmerischen Geschick und verschiedenen Programmphilosophien, gehen die tatsächlichen Verluste der Sender weit auseinander. In den Kategorien 1 und 2 reichen die Verluste ohne Kostenanpassung deshalb von 150.000 Euro bis 900.000 Euro pro Jahr. Dabei würden vier von 13 Sendern aus den ersten beiden Kategorien mehr als 50 Prozent des Gesamtverlustes produzieren.

⁵⁰²Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 137

Die Berechnungen von Goldmedia zeigen deutlich, dass das lokale Fernsehen ohne Teilnehmerentgelt (damals) bzw. staatlicher Förderung (heute) auf dem bestehenden Niveau nicht zu finanzieren ist.⁵⁰³

9.1.2 Lokal-TV mit Kostenanpassung

In einer weiteren Modellrechnung hat Goldmedia die Möglichkeiten analysiert, wie innerhalb der gegebenen Strukturen die Kosten weiter reduziert werden könnten und welche Auswirkungen dies auf die Einnahmen und damit den wirtschaftlichen Ertrag der Sender hätte. Wie bereits festgestellt, sind die Produktionskapazitäten der Lokalsender bereits hoch optimiert. Um die Programminhalte auf qualitativ gleichbleibendem Niveau erhalten zu können, wenn gleichzeitig Kosten gespart werden sollen, ist deshalb nur eine Reduktion der Programmleistung möglich. Es soll daher untersucht werden, zu welchen Minimal-Kosten ein reines wochentägliches 30-Minuten-Nachrichtenformat produziert werden könnte und welchen Einfluss diese Reduktion der originären Programmfläche und die damit verbundene Mitarbeiterreduktion auf die Einnahmesituation der Lokalsender hätte.⁵⁰⁴

Für die Berechnung lagen Goldmedia erneut diverse Annahmen zu Grunde:

Annahmen für optimierte Produktionskosten (Basis: 2005)

- Der minimale Personalbedarf für die Produktion und Vermarktung eines 30-Minuten-Nachrichtenformats umfasst 20 Mitarbeiter⁵⁰⁵. Die Personalkosten betragen maximal 580.000 Euro pro Jahr (Arbeitgeberbrutto), basierend auf einem durchschnittlichen Monatsgehalt von 2.200 Euro und einer durchschnittlichen Auszubildendenvergütung von 800 Euro.
- Die sonstigen Kosten werden pro Station auf maximal 400.000 Euro pro Jahr begrenzt. Dies sind die durchschnittlichen sonstigen Kosten der bayerischen Lokalsender, die bereits heute ihr Programm mit nur 20 festen Mitarbeitern produzieren.
- Die Kosten für Abschreibung bleiben konstant.
- Die Steuerlast reduziert sich in Relation zum Ertragsrückgang.
- Die Kosten für Leitungen und analoge Kabeleinspeisung bleiben konstant.
- Die Kosten für die analoge Fensterschaltung steigen auf 390.000 Euro.

⁵⁰³Vgl. Ebd., S. 138 f.

⁵⁰⁴Vgl. Ebd., S. 139 f.

⁵⁰⁵16 fest angestellte Mitarbeiter = 1 Geschäftsführer, 5 Videojournalisten, 3 Techniker/Kameraleute, 1 Moderator (halbe Stelle), 2 Mitarbeiter in der Verwaltung (davon eine halbe Stelle), 5 Verkäufer und 4 Azubis

- Die Lokalfernsehsender werden im digitalen Kabel mit einem digitalen Kanal und im RTL-Fenster auf einem zusätzlich ausgestrahlten RTL-Programm verbreitet. Die Investitionskosten für die dafür notwendigen Systeme belaufen sich auf maximal 900.000 Euro und werden über 5 Jahre abgeschrieben. Möglicherweise anfallende Entwicklungskosten werden nicht mit einkalkuliert.
- Die durchschnittlichen Kosten für eine digitale Programmverbreitung im Kabel betragen 52.000 Euro pro Sender. Die Kosten für einen zusätzlichen digitalen RTL-Kanal werden nicht berücksichtigt.
- Die DVB-S-Verbreitung bleibt erhalten (Basis: 2006)⁵⁰⁶

Annahmen zu den Auswirkungen auf die Erlöse (Basis: 2005)

- Die durch TV Bayern akquirierten nationalen bzw. überregionalen Werbeeinnahmen bleiben konstant.
- Die lokalen Werbeeinnahmen reduzieren sich um 20 Prozent. (Während das Nachrichtenprogramm derzeit 80 Prozent der lokalen Werbeerlöse produziert, erwirtschaften weitere Programmformate die übrigen 20 Prozent im Kabelkanal. Vielfach werden diese Werbeblöcke jedoch auf Grund der geringeren Reichweite nur für 3 bis 4 Euro pro Sekunde vermarktet und nur in geringem Umfang gebucht. Die Lokalsender nutzen diese Werbeblöcke daher oft, um Kunden Naturalrabatte anzubieten.)
- Die Sponsoring-Einnahmen reduzieren sich in Relation zum verringerten originären Programmvolumen.
- Die Erlöse aus Auftragsproduktionen/Programmverkäufen sowie die sonstigen Einnahmen reduzieren sich in Relation zum verringerten Personalbestand (vgl. Annahmen: Kosten), weil für zusätzliche Dienstleistungen nun weniger Personal zur Verfügung steht. Lediglich die Einnahmen aus der Programmübernahme von RTL Shop und Bloomberg TV bleiben in voller Höhe erhalten.
- Einzige Ausnahme bildet münchen.tv. Die Zahlen für münchen.tv entsprechen konstant der optimierten Situation 2010, weil die Produktion eines Ballungsraumprogramms kostenintensiver ist als das Programm eines Lokalsenders. Hier steht vor allem im Vordergrund, dass die Räumlichkeiten auch repräsentativen Ansprüchen genügen müssen.
- Der im September 2006 neu gestartete, grenzübergreifende Sender Regio TV Schwaben arbeitet kostendeckend.
- Das Teilnehmerentgelt entfällt.
- Der Wegfall von Bloomberg TV und RTL-Shop (460.000 Euro) wird durch Übernahme eines neuen Fremdprogramms kompensiert.

⁵⁰⁶Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 140 f.

- Die Erlöse aus dem Finanzierungsbeitrag steigen durch eine neue Gebührenregelung auf 1,2 Millionen Euro. Die Erlöse aus der Ablösesumme für den Werbeblock auf RTL nach 20:00 Uhr bleiben konstant. Die Erlöse für die individuelle Programmförderung besonderer Lokalprogramme bleiben erhalten. Die BLM-Technikförderung für die ATM-Leitungen bleibt erhalten.⁵⁰⁷

Auch hier sind wieder die Zahlen von 2012, wie oben dargestellt, zum Vergleich heranzuziehen. Außerdem gilt es zu berücksichtigen, dass einige Sender mittlerweile bereits Ersatz für die Drittprogramme RTL-Shop und Bloomberg TV gefunden haben. Die meisten anderen sind noch auf der Suche nach Ersatz, können bis dahin aber ihr Programm kostenlos einspeisen, da die Kabelnetzbetreiber verpflichtet sind, einen Kanal zur Verbreitung eines geförderten Lokalprogramms bereit zu stellen. Diese Verpflichtung erlischt, wenn die Lokalsender ein Drittprogramm gegen Entgelt auf ihrem Kanal senden. Dieses Geld stünde an sich eigentlich den Netzbetreibern zu. Der Einnahmehausfall bei diesen Sendern rechnet sich durch den Wegfall an Kosten für die Programmeinspeisung dennoch nicht ganz auf.⁵⁰⁸

Insgesamt müssten Einnahmeausfälle von insgesamt 8,3 Millionen Euro durch den Wegfall des Teilnehmerentgelts kompensiert werden. Pro Sender wären das Einnahmeausfälle von ca. 200.000 bis 600.000 Euro. Unter hoch optimierten Bedingungen und einer Konzentration auf 30 Minuten Programmproduktion pro Tag könnten so Einsparungen (im Bereich Personal und sonstige Kosten) in Höhe von weiteren 6,6 Millionen Euro realisiert und die Gesamtkosten von 30 auf 23,4 Millionen Euro reduziert werden, so Goldmedia.

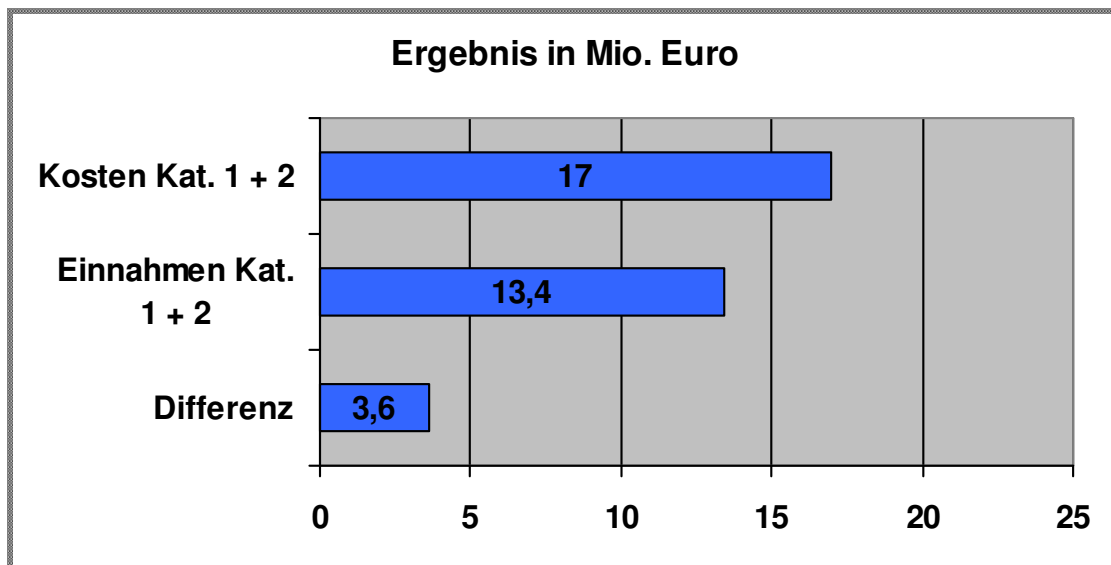
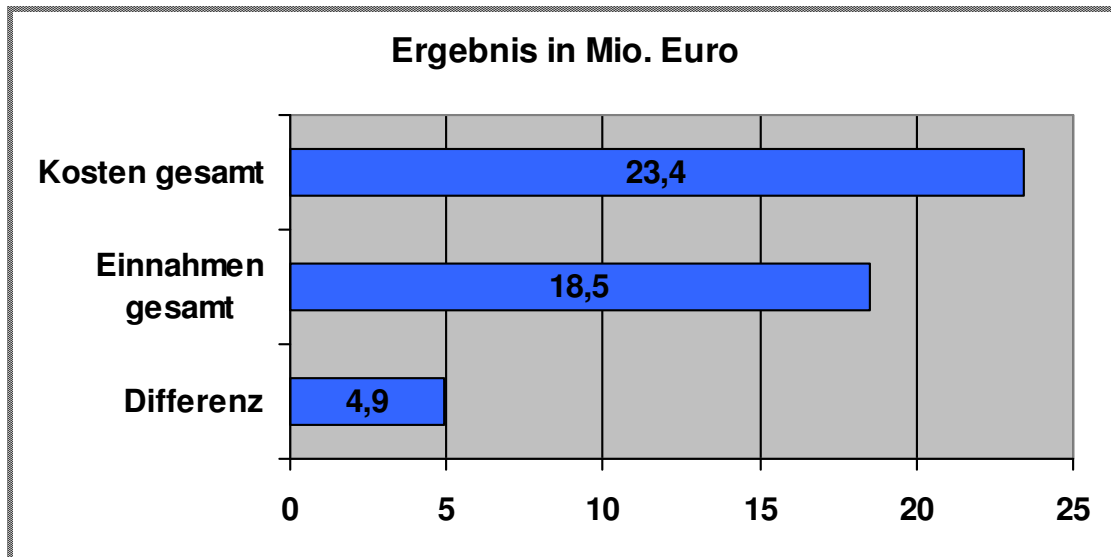
Die Differenz von knapp 1,7 Millionen Euro ist darauf zurück zu führen, dass durch den Wegfall von Programmteilen und Personal auch die Einnahmen der Sender zurückgehen.

Das hängt damit zusammen, dass die Programmflächen, die zuvor beispielsweise für Sponsoring genutzt wurden, dann fehlen. Außerdem gehen die selbst generierten Einnahmen zurück, denn auf Grund der reduzierten Mitarbeiterzahl lassen sich nur noch begrenzt zusätzlich PR-, Industrie-, Imagefilme usw. produzieren. Mit den damit verbundenen Umsatzrückgängen würde weiterhin ein Gesamtverlust von 4,9 Millionen Euro übrig bleiben. Das sind immerhin 1,8 Millionen Euro weniger als ohne Kostenanpassung.⁵⁰⁹

⁵⁰⁷Vgl. Ebd., S. 141 f.

⁵⁰⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

⁵⁰⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 142



Quelle: Goldmedia-Analyse, Basis: AKM/BLM-Zahlen 2006

**Abbildung 53: Lokal-TV mit Kostenanpassung - Kosten und Erlöse in 2010
ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro⁵¹⁰**

Nach den Berechnungen von Goldmedia könnte es selbst bei extremen Kosteneinsparungen nur zwei Sendern gelingen, auch ohne Förderung zu überleben. Wegen der hohen Teilnehmerentgelt-Abhängigkeit vieler Sender rangiere der Kostendeckungsgrad bei rund 2/3 der Anbieter immer noch in einer Größenordnung von unter 80 Prozent. Im besten Fall lägen die Betriebsergebnisse bei 800.000 Euro Verlust und knapp 200.000 Euro Gewinn, wobei die Mehrzahl der Sender Verluste in Höhe von 100.000 bis 500.000 Euro produzieren würden.

⁵¹⁰Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 143

Im Ergebnis stellt Goldmedia fest, dass selbst durch eine deutliche Reduktion der Produktionskosten lokales Fernsehen in Bayern nicht wesentlich profitabler betrieben werden kann, als dies derzeit der Fall ist, weil mit der Reduktion von Produktionsressourcen auch immer Einnahmeverluste verbunden sind.

Verzichtete man auf die Satellitenverbreitung⁵¹¹, bliebe ein rechnerischer Fehlbetrag von ca. 3 Millionen Euro. Dadurch würden die Lokalsender aber wieder an Reichweite verlieren (bereits in 2005/2006 bedeutete das 1/5 der Zuschauerreichweite – Tendenz steigend) und im lokalen Werbemarkt weiter unter Preisdruck geraten, höchstwahrscheinlich mit der Folge sinkender Werbeeinnahmen.

Bei den Sendern der ersten beiden Kategorien müsste man damit rechnen, dass sich in dem Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ das originäre Programmvolumen um 57 Prozent reduziert. Mit den Ballungsraumsendern wäre eine Reduktion des originären Programmvolumens von 50 Prozent zu erwarten und damit außerdem ein Personalabbau von 36 Prozent verbunden. Sämtliche Spartenprogramme, wie beispielsweise Beiträge zu den Themen Politik, Wirtschaft, Kultur, Brauchtum und Sport würden komplett entfallen, weil diese ohne Förderung in der Regel nicht finanzierbar sind.⁵¹²

In Fragebögen, die an alle bayerischen Lokal-TV-Stationen verschickt wurden, gaben 85,71 Prozent der Befragten an, sie glauben nicht, dass bei einer Verkürzung des Programms auf 30 Minuten pro Tag Kosten gespart werden können. Das liegt vornehmlich daran, dass das Programm vieler Sender bisher sowieso nur 30 Minuten umfasst. Des Weiteren argumentierten sie, dass auch die lokale Werbung entsprechende Programmumfelder benötigen würde. Der Rest der Befragten äußerte, dass dadurch durchaus Kosten in Höhe von 100.000 Euro gespart werden könnten. Die absolute Mehrheit der lokalen Sender spricht sich aber grundsätzlich gegen eine Reduktion des Programmvolumens aus.⁵¹³

Auch Wolfgang Flieger von der BLM sieht das kritisch und teilt prinzipiell die Ansicht, je kürzer sich der zur Verfügung stehende Anteil an originärer Sendezeit für ein Programm bemisst und je mehr Fremdprogramme auf einem Lokalkanal laufen, umso geringer fällt die Identifikation der Zuschauer mit dem Sender bzw. Programm aus. Die BLM habe immer die Meinung vertreten, 30 Minuten seien zu wenig. Durch die Aufschaltung der zehn Satellitenkanäle ab 2013 ist bereits angedacht, die originären Sendezeiten der Lokalsender auszuweiten. Auf keinen Fall aber dürfe die Entwicklung in die Richtung gehen, das Programmvolumen zu verkürzen. Der wirtschaftliche Aspekt würde sich bei einem immer weiteren Abbau des Lokalen nicht einstellen, so Flieger.

⁵¹¹Die Satellitenverbreitung kostete in 2005/2006 rund 1,8 Millionen Euro.

⁵¹²Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 143 ff.

⁵¹³Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

Die BLM sei der Ansicht, dass der wirtschaftliche Aspekt umso besser erfüllt werde, je lokaler ein Programm sei und je mehr lokale Sendezeit es zur Verfügung habe.⁵¹⁴

9.1.3 Zwischenfazit

Insgesamt schätzt Goldmedia, dass ohne Teilnehmerentgeltförderung mindestens 5 Sender ihren Sendebetrieb wegen zu hoher Verluste bzw. mangelnder Rendite sofort einstellen müssten, weil die derzeitigen Strukturen nicht darauf schließen lassen, dass die Sender so optimiert werden können, dass mittelfristig eine Kostendeckung auch nur annähernd erreicht werden könnte.

Allerdings hätte die Einstellung der Förderung voraussichtlich nicht das Ende des Lokalfernsehens in Bayern zur Folge.

Viele Lokalsender sähen höchstwahrscheinlich weiteres Einsparpotenzial bei den Personal- und sonstigen Kosten, dessen Umsetzung sie dann vorzunehmen versuchten. Von signifikant steigenden Werbeeinnahmen durch Preissteigerungen im Spotbereich ist, wie bereits erläutert, nicht auszugehen.

Bei weiteren Kürzungen, wie im Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ vorgenommen, ließe sich das Niveau für professionelles tagesaktuelles Lokalfernsehen jedoch nicht halten. Eine Reduktion der Produktionsmittel oder des Personals würde zwangsläufig dazu führen, dass auch die Werbeeinnahmen sinken. Könnte kein tagesaktuelles Programm mehr produziert werden, fiel überdies der Finanzierungsbeitrag von RTL weg. Theoretisch wäre ein Verzicht auf die Satellitenverbreitung und Einspeisung ins digitale Kabel durchaus denkbar. Dadurch würde man allerdings wieder an Zuschauerreichweite verlieren, was sich wiederum negativ auf die Werbeeinnahmen auswirkt und die Zukunftsfähigkeit dieses Mediums in Bayern infrage stellt.

Infolgedessen wäre mit einer höheren Fluktuation der Sender zu rechnen. Kaum ein Sender könnte kostendeckend arbeiten. Dabei stellt sich die Frage, wie lange die Gesellschafter noch bereit wären, die defizitären Sender zu finanzieren und längere Verlustphasen zu bewältigen.

Theoretisch könnte eine Lokalfernsehlandschaft wie in Ostdeutschland entstehen. Dort sind zwar Lokalsender beheimatet, die sich vielfach über 10 Jahre lang aktiv einbringen und unter deutlich ungünstigeren Bedingungen mit geringerer Reichweite und ohne Förderung kostendeckend arbeiten, allerdings wird dort selten tagesaktuelles Programm produziert. Laut Goldmedia operieren viele dieser Sender am absoluten wirtschaftlichen Minimum auf Basis von Idealismus und Selbstaussbeutung. Der Betrieb dieser Sender falle daher eher in die Kategorie „Hobby“. Im Rahmen einer Analyse der dortigen Sender stellte sich heraus, dass diese den jahrelangen Überlebenskampf

⁵¹⁴Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

nicht mehr lange fortsetzen wollen, da die wirtschaftliche Grundlage für eine Weiterführung der Sendetätigkeit fehle.

In Bayern könnte sich ein ähnliches Szenario entwickeln. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass auf Grund des unterschiedlichen Lohnniveaus Mitarbeiter in Bayern kaum für 1.000 Euro brutto, wie beispielsweise in Sachsen, arbeiten würden. Außerdem wäre diese Entwicklung allenfalls ein Rückschritt. In dieser Abwärtsspirale mit längerem Aktualisierungsrhythmus würde die Reichweite wieder sinken, das RTL-Fenster dadurch komplett entfallen, mit ihm der Finanzierungsbeitrag und schließlich weitere Werbeeinnahmen. Zudem scheint ein erheblicher Qualitätsabfall wahrscheinlich zu sein.⁵¹⁵

Das Modell „Lokal-TV ohne Kostenanpassung“ ist deshalb nicht zu empfehlen. Beim Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ könnten zwar in erheblichem Maße Kosten gespart werden, jedoch dürften die Produktionsmittel und Mitarbeiter nicht in höherem Maße als von Goldmedia dargestellt gekürzt werden, da sonst mit einer nicht wünschenswerten, negativen Entwicklung der bayerischen Lokalfernsehlandschaft zu rechnen wäre. Ein Rückschritt in der Entwicklung, ganz irrelevant, welcher Art, kann nicht das vornehmliche Ziel sein. Vor allem vor dem Hintergrund, dass seit über 25 Jahren viel Kapital und Arbeit in den Aufbau der heute bestehenden Konstellation gesteckt worden ist, wäre dies höchst kontraproduktiv.

9.2 Optimierungsmöglichkeiten mit Strukturveränderungen

Nach den bisherigen Berechnungen von Goldmedia stellt sich also heraus, dass selbst bei einer deutlichen Reduzierung der Programmleistung, unter Beibehaltung der derzeitigen Struktur, ohne Förderung kein professionelles Lokalfernsehen betrieben werden kann. Auch unter extrem optimierten Strukturen reichen die übrigen Fördermittel nicht aus, um eine Kostendeckung für das bestehende Gefüge zu ermöglichen. Goldmedia kommt daher zu dem Schluss, dass die Zahl der Sender reduziert werden müsste, um das Gesamtdefizit des derzeitigen Systems weiter zu verringern. Wie bereits aufgezeigt, basiert die derzeitige Ausrichtung auf den 18 Planungsregionen Bayerns. Die nächstgrößere Ebene stellen die sieben Regierungsbezirke Bayerns dar. Das heißt, würde man die derzeitige Lokalfernsehstruktur in eine Regionalfernsehstruktur umwandeln, müsste sich die Zahl der Sender entsprechend von 16 auf 7 reduzieren. Den übrigen 9 Lokalsendern drohte entweder die Schließung oder sie würden eventuell als lokale Redaktionsbüros bzw. Zulieferer für die größeren Oberzentren fungieren.

⁵¹⁵Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 145 ff.

Goldmedia berechnete deshalb, zu welchen Minimalkosten ein reines, wochentägliches 30-Minuten-Nachrichtenformat auf Regierungsbezirksebene produziert werden kann und welche Einnahmen damit theoretisch auf Basis der derzeitigen Werbezeitauslastung generierbar wären.⁵¹⁶

9.2.1 Realisierungschancen des Regierungsbezirksmodells

Bereits schon jetzt zeigt das Beispiel von dem Sender Oberfranken TV, dass auch für einen ganzen Regierungsbezirk mit vier Oberzentren ein erfolgreiches Regionalfernsehprogramm produziert werden kann, das von den Zuschauern akzeptiert wird. Hier wird seit Jahren neben den Sendern Oberpfalz TV mit den Oberzentren Amberg und Weiden sowie Donau TV mit den Oberzentren Deggendorf und Straubing bayernweit die höchste Zuschauerquote pro Tag, also die Tagesreichweite in Prozent, erreicht. Das Oberzentrum von Oberfranken TV liegt in Hof, drei weitere Studios bzw. Redaktionen sind in Bamberg, Bayreuth und Coburg angesiedelt. Derzeit kommt das Programm ohne Lokalfenster oder lokale Spartenprogramme aus. Dabei setzt man auf einen integrativen Ansatz. Jede lokale Nachricht aus einem Oberzentrum verfügt entweder per se über einen regionalen Nachrichtenwert oder wird so aufbereitet, dass sie auch für die Zuschauer in anderen Oberzentren interessant ist. Die Nachrichten werden generell danach ausgesucht, ob sie eine regionale Relevanz besitzen. Im Folgenden stellt sich deshalb die Frage, ob auch in den übrigen Regierungsbezirken ein Regionalfernsehprogramm mit ähnlichem Zuschauererfolg wie in Oberfranken realisiert werden kann.⁵¹⁷

In Oberfranken besteht beispielsweise schon immer ein Regionalprogramm. In anderen Gebieten, wo die Zuschauer seit Jahren an ein lokaleres Informationsprogramm gewöhnt sind, könnten Akzeptanzprobleme auftauchen. Außerdem eignen sich manche Regierungsbezirke wesentlich besser als Klammer für eine regionale Berichterstattung als andere, in denen es eine stärkere regionale Trennung durch landsmannschaftliche Zugehörigkeit oder topografische Gegebenheiten gibt.

Jedoch kann der Gefahr eines starken Zuschauerschwundes begegnet werden, indem man verschiedene Lokalversionen des Regionalprogramms ausstrahlt. Einerseits könnten beispielsweise verschiedene Programmversionen je nach Tagesgeschehen für die einzelnen Unterregionen zusammengestellt und die Beiträge mit Lokalbezug im Sendeablauf nach vorne gestellt bzw. ein definiertes Lokalfenster innerhalb der Regionalberichterstattung eingerichtet werden. Für die lokale Berichterstattung benötigt der Regionalsender lokale Redaktionsbüros in den einzelnen Oberzentren, die täglich zwei

⁵¹⁶Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 149

⁵¹⁷Vgl. Ebd., S. 151 f.

bis vier Beiträge und NIFs aus den einzelnen Regionen zuliefern, weil schon alleine die Fahrtwege für eine zentrale Produktion deutlich zu lang wären. Goldmedia hält aus Zeitgründen deshalb ein bis drei zusätzliche Lokalstudios pro Regierungsbezirk für ratsam. Außerdem sind die Redakteure so viel besser in den lokalen Informationsfluss eingebunden und es besteht eine Präsenz vor Ort, was den Imagefaktor steigert.⁵¹⁸

Unter-franken	Ober-franken	Mittel-franken	Ober-pfalz	Schwa-ben	Ober-bayern	Nieder-bayern
Aschaffenburg	Bamberg	Nürnberg	Amberg	Augsburg	Ingolstadt	Deggendorf
Schweinfurt	Bayreuth	Fürth	Regensburg	Kempten	München	Landshut
Würzburg	Coburg	Erlangen	Weiden	Memmingen	Rosenheim	Passau
	Hof	Ansbach		Neu-Ulm		Straubing

Tabelle 24: Verteilung der bayerischen Oberzentren innerhalb der sieben Regierungsbezirke⁵¹⁹

Zwar sind laut Goldmedia in den ersten Jahren eines Regierungsbezirksfernsehens Rückgänge bei der Zuschauerreichweite wahrscheinlich, denn die Lokalberichterstattung würde sich in vielen Oberzentren um die Hälfte bis 2/3 reduzieren, wobei jedoch eine lokale Ausrichtung zumindest auf das jeweilige Oberzentrum nicht völlig verloren ginge. Um das Programm auseinanderzuschalten (Lokalfenster) zu können, müsste die bestehende Infrastruktur erweitert und Sendestandorte an zusätzliche, weit entfernte Kabelkopfstationen angeschlossen werden. Dies hätte zur Folge, dass die Leitungskosten mindestens gleich bleiben, wenn nicht sogar steigen.⁵²⁰

Solche Regionalsender mit Verbreitungsgebieten, die von der Größe her einem Regierungsbezirk in Bayern entsprechen, gibt es bereits in Baden-Württemberg. Dort sind die jeweiligen Sendegebiete in mehrere lokale Gebiete unterteilt und werden sowohl lokal wie auch regional als Gesamtgebiet vermarktet. Die Einzugsgebiete der lokalen Einzelhändler beschränken sich meist auf eine Stadt oder Gemeinde. Deshalb ist eine subregionale Vermarktung immens wichtig, weil diese Einzelhändler auf Grund der Streuverluste kaum als Werbekunden für ein Regionalprogramm zu gewinnen wären. So ein Modell mit Subregionalisierung der Vermarktung wäre auch für ein bayerisches Regierungsbezirksfernsehen mit Lokalfenster denkbar. Einige bayerische Lokalsender, die bereits jetzt vom Sendegebiet her einem Regionalsender entsprechen, wie Franken TV und RFO vermarkten beispielsweise wöchentliche Nachrichtenmagazine, die für

⁵¹⁸Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 152 f.

⁵¹⁹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 153

⁵²⁰Vgl. Ebd., S. 153 f.

einzelne Städte produziert werden, bislang jedoch keine lokalen Fensterprogramme. Auch TV Oberfranken vermarktet bisher nur die Gesamtreichweite seines Programms. Deshalb stellt sich die Frage, welche regionalen und lokalen Werbeumsätze Regierungsbezirkssender in Bayern mit tagesaktuellen Lokalfenstern erwirtschaften könnten. Derzeit sind ca. zwei bis drei Lokalsender pro Regierungsbezirk aktiv. Deren aktuelle Verbreitungsgebiete ließen sich als subregionale Vermarktungsgebiete zukünftiger Regionalsender definieren.

Eine Befragung durch Goldmedia lieferte das Ergebnis, dass die meisten bayerischen Anbieter bestreiten, ein Regierungsbezirkssender könnte ähnlich große lokale Erlöse erwirtschaften wie im Vergleich dazu ein lokal ansässiger Anbieter. Die Standortpräsenz und der Kontakt des Geschäftsführers zu den Kunden seien sehr wichtig, da alleine der Geschäftsführer oft bis zu 50 Prozent des Gesamtumsatzes generieren würde. Die Werbekunden erwarten, dass der Geschäftsführer als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Für diese Form des persönlichen Verkaufs wäre ein Regierungsbezirk zu groß. Deshalb hätte man bei einem Regierungsbezirksfernsehen mit einem deutlichen Abschlag von den heutigen Umsätzen zu rechnen. Die Werbepreise müssten folglich niedriger sein bzw. wird die Gesamtauslastung der Werbezeiten eventuell zurückgehen.⁵²¹

9.2.2 Entwicklungsszenarien für ein Regionalfernsehkonzert

Da die gesetzliche Grundlage der staatlichen Förderung in Art. 23 BayMG bis zum 31.12.2012 befristet ist, haben VBL und VBRA am 06.12.10 dem Leiter der Bayerischen Staatskanzlei (damals noch Siegfried Schneider) ein Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens übergeben. Die Fernsehanbieter kommen damit der Aufforderung des Bayerischen Landtags nach, selbst aktiv zu werden und Optimierungsvorschläge für das lokale Fernsehen vorzulegen.⁵²²

Die Lösungsansätze im Grundlagenpapier orientieren sich dabei in puncto Regionalfernsehkonzert teilweise an der Studie von Goldmedia, bringen sie auf einen aktuelleren Stand und entwickeln sie weiter.

⁵²¹Vgl. Ebd., S. 145 f.

⁵²²Vgl. VBRA/VBL: „Gemeinsames Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des Lokalfernsehens in Bayern“, c. 07.12.10.

URL: www.v-b-l.de/uploads/media/vbl_vbra_pm_gemeinsames_grundlagenpapier_lokal_tv_12_2010.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 14:19 Uhr)

In 2010 existierten an 16 Standorten in Bayern lokale Fernsehangebote. Deren Produktion ist allerdings sehr kostenintensiv wegen

- umfangreicher technischer Ausstattung und kostspieliger Technik,
- eines großen Personalbedarfs,
- aufwendigen Programmstrukturen,
- und hohen technischen Verbreitungskosten.⁵²³

Die Finanzierung dieser Angebote erfolgt aus selbst akquirierten Werbeeinnahmen der Sender und durch eine staatliche Förderung. Zusätzlich finanziert die BLM die lokalen Anbieter durch Mittel aus ihrem Stammhaushalt. Die Finanzierung gestaltet sich momentan wie folgt⁵²⁴:

	Freistaat Bayern	BLM	Gesamt
2009	9.000.000 €	0 €	9.000.000 €
2010	8.100.000 €* ⁵²³	500.000 €	8.600.000 €
2011	6.300.000 €* ⁵²⁴	1.000.000 €	7.300.000 €
2012	4.500.000 €* ⁵²⁵	2.000.000 €	6.500.000 €
2013	Landtagsbeschluss gilt nur bis 2012		

* Berücksichtigung einer 10%-Haushaltssperre

Tabelle 25: Finanzierung des lokalen Fernsehens⁵²⁵

In 2010 gingen VBL und VBRA davon aus, dass das bisherige Lokalfernsehkonzert in seiner jetzigen Form nicht mehr passend sei, da sich gezeigt habe, dass

- die Sendegebiete vieler lokaler Fernsehstationen zu klein sind, um wirtschaftlich tragfähig arbeiten zu können,
- die inhaltliche Professionalität von lokalem Fernsehen im Vergleich zum Wettbewerb (z. B. BR) oft stark abfällt,
- lokales Fernsehen sich nicht zu einem wirtschaftlich eigenständigen und unabhängigen Lokalmedium entwickeln konnte,
- lokales Fernsehen über keine Simultanausstrahlung über Kabel und Satellit verfügt,
- lokales Fernsehen mit seiner derzeitigen technischen Verbreitung nur ca. 70 Prozent der Bevölkerung in Bayern erreicht (Stand: 2010).⁵²⁶

⁵²³Vgl. VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 2

⁵²⁴Vgl. Ebd., S. 3

⁵²⁵VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 3

⁵²⁶Vgl. Ebd.

Die lokalen und regionalen Fernsehanbieter wurden vom Landtag ausdrücklich aufgefordert, durch Strukturveränderungen und vor allem durch eine verstärkte Kooperation eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit zu erreichen. Aus Sicht des VBL und VBRA sind unter der Annahme, dass die technische Verbreitung weiterhin gefördert wird, verschiedene Szenarien denkbar. Das hier zu Grunde liegende Grundlagenpapier haben die Verbände größtenteils mit den lokalen Anbietern abgestimmt. Allerdings sei ausdrücklich hervorzuheben, dass die Umsetzung von regionalen Kooperationen in der alleinigen Verantwortung der betroffenen Sender liege.⁵²⁷

Bei den verschiedenen möglichen Szenarien wird von folgender wesentlicher Prämisse ausgegangen:

Die Programme der Sender müssen simultan über Kabel und Satellit, also zeitgleich über die zur Verfügung stehenden Verbreitungswege ausgestrahlt werden.⁵²⁸

Schon 2010 konnten 37 Prozent des Zuschauerpotenzials Lokalfernsehen über Digital-satellit empfangen. Laut GfK wurden von Januar 2010 bis Ende Juni 2010 ca. 1,56 Millionen Satellitenreceiver verkauft, was einer Steigerung von 46 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. 18 Prozent der gesamten Tagesreichweite von Lokalfernsehen in Bayern stammt aus Satellitenhaushalten. Wegen des Problems der unterschiedlichen Senderkennungen im Kabel und Satellit war die Reichweite von Lokalfernsehhaushalten, die ihre Programme über Digitalsatellit empfangen, rückläufig, während die Reichweite über Kabel und DVB-T tendenziell stieg. 2010 gab es nur vier Satellitentransponder für 16 Lokalprogramme, die sich die vorhandene Sendezeit teilen mussten. Die Ausstrahlung der einzelnen Lokalprogramme erfolgte durch die Hintereinanderschaltung deshalb teilweise zu sehr ungünstigen Sendezeiten. Außerdem kannten viele Zuschauer die unterschiedlichen Senderkennungen wie „ONTV“, „Lokal Sat“ usw. nicht, sodass sie Schwierigkeiten hatten, ihr Lokalprogramm überhaupt zu finden.

Durch die unterschiedlichen Programmschemata und die schwierige Auffindbarkeit war deshalb ein einheitliches Marketing für die DVB-S-Verbreitung nicht zu leisten, so die Verbände. Darüber hinaus falle die Qualität durch die niedrige Übertragungsrate der DVB-S-Signale im Vergleich zu anderen Sendern erkennbar ab. HDTV Programme und immer bessere Flatscreens machen das Lokalfernsehen deshalb nur noch unansehnlicher.⁵²⁹

⁵²⁷VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 4

⁵²⁸Ebd.

⁵²⁹Vgl. Ebd., S. 4 ff.

Im Grundlagenpapier kommen die Verbände deshalb zu den Ergebnissen, dass

- Abhilfe nur eine 1:1-Verbreitung aller Lokalsender über jeweils einen 24-Stunden-Satellitenkanal und über das Kabel schaffen kann. Dabei sei auch auf hinreichende Bandbreiten bezüglich HDTV zu achten.
- ein Frequenzsplitting auf den Satellitenkanälen in der Primetime ab 18:00 Uhr nicht praktikabel und daher zu überdenken sei,
- eine Restrukturierung der Sendegebiete sowie Kooperationsgemeinschaften der Sender untereinander deshalb notwendig seien.⁵³⁰

Die Verbände entwickelten folgende Szenarien:

Szenario	Organisatorische Ausrichtung	Beteiligte Sender	Anzahl
Szenario 1 „Lokal-TV-Modell“	Bisherige Organisationsform Erhaltung des Status quo	Alle derzeit lizenzierten Sender	16
Szenario 2a „Kommunikationsraum-Modell 7+3“	7 Bezirke plus Berücksichtigung von 3 Kommunikationsräumen	Im Detail noch festzulegen	7 + 3
Szenario 2b „Kommunikationsraum-Modell 7+2“	7 Bezirke plus Berücksichtigung von 2 Kommunikationsräumen	Im Detail noch festzulegen	7 + 2
Szenario 3 „Regional-TV-Modell“	7 Bezirke Plus Ballungsraum München	Oberfranken Unterfranken Mittelfranken Oberpfalz Niederbayern Schwaben Oberbayern plus Ballungsraum München	7 + 1

Tabelle 26: Zuschnitt der Sendegebiete⁵³¹

Bei allen diesen Szenarien ist eine Subregionalisierung der Programme möglich, das heißt, die bisherigen Sender können ihre angestammten Sendegebiete weiterhin mit lokalen Nachrichten versorgen.⁵³²

Die Verbände merken im Grundlagenpapier jedoch an, dass es auf Grund knapper Mittel schwierig sein wird, für jeden der 16 bayerischen Lokalsender eine eigene Satelli-

⁵³⁰Vgl. Ebd.

⁵³¹VL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 8

⁵³²Vgl. VL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 8

tenausstrahlung zu realisieren. Die Sender sollten aber trotzdem in ihrer bisherigen Struktur erhalten bleiben. Allerdings müssten die Sender verstärkt Anstrengungen unternehmen, um wirtschaftlich nachhaltige Kooperationsmodelle zu initiieren. Beispielsweise könnte es zumindest für jeden Regierungsbezirk einen Senderverbund geben, der ein Gemeinschaftsprogramm mit Relevanz für das gesamte Verbreitungsgebiet ausstrahlt.⁵³³

Laut Grundlagenpapier wäre ein Nachrichtenblock, wie z. B. „Bayern kompakt“ mit News aus Bayern bei einer Länge von täglich zwei Minuten, der allen Fernsehstationen für das tägliche Nachrichtenprogramm zur Verfügung steht, ebenso denkbar wie von den Sendern gemeinsam erstellte Formate aus den Bereichen Sport, Kultur, Boulevard usw. Dazu könnte es eine gemeinsame Stelle zur Produktion und Vermarktung geben, vergleichbar der BLR im Hörfunkbereich, oder eine Übernahme dieses Engagements durch TV Bayern.⁵³⁴

Außerdem wäre im Online-Bereich eine gemeinsame Archivdatenbank vorstellbar, die zur Versorgung der Redaktionen, Recherchen für Dritte, Programmweiterlizenzen und der Sicherung von Inhalten dient.⁵³⁵

Für die Verbreitung der Lokalprogramme über Satellit sind wiederum verschiedene Modelle überlegenswert. Pro Jahr kostet ein digitaler Satellitentransponder rund 867.000 Euro zuzüglich der Kosten für die Leitungs-⁵³⁶, Einspeise-, Schaltkosten usw. in Höhe von ca. 2.666.000 Euro⁵³⁷.

16 Kanäle kosten	13.872.000 €
10 Kanäle kosten	8.670.000 €
9 Kanäle kosten	7.803.000 €
8 Kanäle kosten	6.936.000 €

Tabelle 27: Kosten für digitale Satellitenkanäle⁵³⁸

⁵³³Vgl. Ebd., S. 9

⁵³⁴Vgl. Ebd., S. 12

⁵³⁵Vgl. Ebd., S. 13

⁵³⁶Laut BLM kann bei den Leitungskosten in 2012 mit einer Einsparung in Höhe von 1,5 Millionen Euro gerechnet werden.

⁵³⁷Von der Gesamtsumme der Verbreitungskosten von 5.036.000 Euro werden die DVB-S-Verbreitungskosten von 2.370.000 Euro abgezogen. Der Saldo beträgt 2.666.000 Euro.

⁵³⁸VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 15

Daraus ergibt sich eine weiterentwickelte Modellrechnung der verschiedenen Szenarien:

Szenario	Beteiligte Sender	Anzahl der Sat-Kanäle	Techn. Verbreitungskosten in € gesamt	Anzahl der Hauptprogramme	Anmerkungen
Szenario 1 „Lokal-TV-Modell“	Alle 16 Sender	16	16.537.000	16	pro Lokal-TV ein 24-Std.-Sat-Kanal
Szenario 2a „Kommunikations-raum-Modell 7+3“	7 Bezirke plus Berücksichtigung von 3 Kommunikations-räumen	10	11.335.000	7 + 3	je Regierungsbezirk ein 24-Std.-Sat-Kanal plus 3 Sat-Kanäle für 3 Kommunikations-räume
Szenario 2b „Kommunikations-raum-Modell 7+2“	7 Bezirke plus Berücksichtigung von 2 Kommunikations-räumen	9	10.468.000	7 + 2	je Regierungsbezirk ein 24-Std.-Sat-Kanal plus 2 Sat-Kanäle für 2 Kommunikations-räume
Szenario 3 „Regional-TV-Modell“	7 Bezirke plus Ballungsraum München	8	9.601.000	7 + 1	je Regierungsbezirk ein 24-Std.-Sat-Kanal plus Ballungsraum München

Tabelle 28: Modellrechnung - Zukünftige Sendegebiets- und Förderung der technischen Infrastruktur⁵³⁹

⁵³⁹VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 16

Im Grundlagenpapier kommen VBL und VBRA zu dem Ergebnis, dass bei einer Umsetzung des Modells

- Arbeitsplätze erhalten werden können,
- die publizistische Meinungsvielfalt in Bayern auf hohem Niveau weitergeführt wird,
- sich das bayerische Lokalfernsehkonzzept schwerpunktmäßig zu einem regionalen Konzept weiterentwickelt, in dem sich aber die bestehenden Lokalsender auch mit ihrer eigenen Marke wiederfinden
- durch eine Ausweitung zu regionalen Einheiten Mindestbetriebsgrößen erreicht werden, die zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit führen sollen (wobei in Szenario 1 eine Förderung der technischen Verbreitungskosten von 17 Millionen Euro pro Jahr notwendig wäre).

Sollte es nicht bei Szenario 1 bleiben, welches notwendig ist, um die publizistische Abdeckung des gesamten Freistaates sicherzustellen, favorisiert insbesondere der VBRA das Modell „7+3“. Künftig müssen alle Lokalprogramme während der gesamten Sendezeit parallel über Kabel, Satellit, digitale Antenne (hauptsächlich die Ballungsräume München und Nürnberg) und Internet verbreitet werden. Eine einheitliche Senderkennung auf allen Verbreitungswegen erscheint unumgänglich. Die Szenarien 2a, 2b und 3 würden eine Restrukturierung notwendig machen, die eine Zusammenfassung von Sendegebieten und Kooperationsgemeinschaften der Sender untereinander zum Ziel hätte. Wegen der hohen Satellitenverbreitungskosten ist die Anzahl der lokalen Fernsehprogramme in Bayern zu überdenken bzw. müssten die dafür anfallenden gesamten Verbreitungskosten durch technische Infrastrukturförderung abgedeckt werden, so die Verbände.⁵⁴⁰

In Zukunft solle vor allem die technische Infrastruktur, aber nicht mehr das Programm aus Staatsmitteln gefördert werden.⁵⁴¹

9.2.3 Wirtschaftlichkeitsprüfung

Für die Berechnung der potenziellen Werbeeinnahmen wählte Goldmedia die Bottom-Up-Methode (= gestützt auf vorhandenes Datenmaterial und Anbietergespräche) auf Basis der bereits von den bestehenden Sendern erwirtschafteten Erlöse. Denn Anbieter mit größeren Verbreitungsgebieten erwirtschaften nicht unbedingt höhere Werbeeinnahmen als Sender mit kleineren Gebieten. Ganz im Gegenteil: Die

⁵⁴⁰Vgl. VBL/VBRA, Grundlagenpapier, 2010, S. 18

⁵⁴¹Ebd., Einführung, S. 2

Potenzialausschöpfung in kleineren Gebieten fällt in der Regel sogar höher aus als in größeren Verbreitungsgebieten. Insgesamt kann man aber sagen, dass es vor allem am Vermarktungsgeschick der Sender liegt, in welchem Umfang Umsätze generiert werden können.⁵⁴²

Für die Wirtschaftlichkeitsprüfung kalkulierte Goldmedia mit Kosten und Erlösen für ein 30-minütiges Regionalfernsehmagazin mit lokalen Fenstern von je 10 Minuten für durchschnittlich drei Oberzentren im Verbreitungsgebiet. Dabei soll das Gesamtprogrammvolume des Regionalsenders pro Tag 50 Minuten betragen, in concreto 20 Minuten für Regionalsendungen und 30 Minuten Lokalsendungen, aufgeteilt in drei 10-Minuten-Blöcke. Des Weiteren wird angenommen, dass für die Produktion 29 Mitarbeiter notwendig sind (heute arbeiten durchschnittlich 31 Mitarbeiter bei Sendern der Kategorie 2). Jeder Sender unterhält neben der Sendezentrale (welche sich im größten Verbreitungsgebiet befindet) zwei weitere Regionalstudios. Für die Vermarktung sind die bislang bestehenden Verbreitungsgebiete und nicht die einzelnen Oberzentren vorgesehen, weil sich dadurch keine wesentlichen Zusatzeinnahmen generieren lassen. Kleinere Gebiete betraf die Vermarktung zu entsprechend günstigeren Spotpreisen. Werbe- und Sponsoringeinnahmen können entsprechend des Modells „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ zu 100 Prozent gehalten werden. Die Werbeeinnahmen für die zusätzlichen Verbreitungsgebiete entsprechen zu 50 Prozent den Erlösen aus diesem Modell.⁵⁴³

Annahmen für die Produktionskosten von Regionalfernsehen auf Regierungsebene

- Der minimale Personalbedarf für die Produktion und Vermarktung eines 30-Minuten-Nachrichtenformates mit drei lokalen Fenstern umfasst 29 Mitarbeiter⁵⁴⁴. Die Personalkosten betragen pro Jahr maximal 822.000 Euro (Arbeitgeberbrutto), bei einem durchschnittlichen Monatsgehalt von 2.200 Euro brutto bzw. einem durchschnittlichen Auszubildendenlohn von 700 Euro.
- Die sonstigen Kosten werden pro Station auf maximal 570.000 Euro pro Jahr begrenzt. Das sind die durchschnittlichen sonstigen Kosten der Lokalsender in Kategorie 2.
- Die Kosten für Leitungen und Kabeleinspeisung bleiben konstant und die Verbreitungskosten bleiben bestehen. Durch den Wegfall einzelner Stationen verringern sich zwar die Leitungskosten, dafür kommen Kosten auf Grund län-

⁵⁴²Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 155 f.

⁵⁴³Vgl. Ebd., S. 157 f.

⁵⁴⁴23 fest angestellte Mitarbeiter = 1 Geschäftsführer, 8 VJs, 4 Techniker/Kameraleute, 1 Moderator (halbe Stelle), 2 Mitarbeiter für die Verwaltung (davon eine halbe Stelle), 8 Verkäufer und 6 Azubis

gerer Wegstrecken für die Signalzuführung von der neuen Sendezentrale zu den einzelnen Kopfstationen hinzu.⁵⁴⁵

- Die Kosten für die analoge und digitale Fensterschaltung steigen auf 390.000 Euro.
- Die DVB-S-Verbreitung bleibt erhalten (Basis: 2006)
- Die Lokalsender werden im digitalen Kabel mit einem digitalen Kanal und in einem RTL-Fenster auf einem zusätzlich ausgestrahlten RTL-Programm verbreitet. Die Investitionskosten für die dafür notwendigen Systeme belaufen sich auf maximal 900.000 Euro und werden über 5 Jahre abgeschrieben, möglicherweise anfallende Entwicklungskosten nicht mit einkalkuliert.
- Die durchschnittlichen Kosten für eine digitale Programmverbreitung im Kabel betragen 52.000 Euro pro Sender. Die Kosten für einen zusätzlichen digitalen RTL-Kanal werden nicht berücksichtigt.⁵⁴⁶

Annahmen zu den Auswirkungen auf die Erlöse (Basis: 2005)

- Die durch TV Bayern akquirierten nationalen bzw. überregionalen Werbeeinnahmen bleiben konstant.
- Die Einnahmen für die Regierungsbezirke Oberfranken, Mittelfranken und Oberbayern entsprechen den Einnahmen der Sender TV Oberfranken, Franken TV/RTL Franken Life TV und münchen.tv/RTL München Life im Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“.
- Für die übrigen neuen Regierungsbezirkssender wird angenommen, dass die Umsätze an den tatsächlichen Senderstandorten annähernd gehalten werden können, das heißt, sie korrespondieren zu 100 Prozent mit den geschätzten Umsätzen eines 30-Minuten-Lokalprogramms aus dem Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“. Die Werbeeinnahmen aus den zusätzlichen Verbreitungsgebieten entsprechen nur zu 70 Prozent der in dem Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ berechneten lokalen Erlöse.
- Sonstige Erlöse aus Auftragsproduktionen/Programmverkäufen der neuen Regierungsbezirkssender stimmen mit den Durchschnittseinnahmen der Sender aus Kategorie 2 überein.
- Das Teilnehmerentgelt bzw. die staatliche Förderung entfällt.
- Der im September 2006 neu gestartete, grenzübergreifende Sender Regio TV Schwaben bleibt bestehen und arbeitet kostendeckend.

⁵⁴⁵Vgl. Müller, Reiner: „Der Einsatz des Teilnehmerentgelts beim Aufbau einer lokalen/regionalen Rundfunkstruktur in Bayern“. In: BLM, Medienrecht, 2001, S. 31: Die Kosten für die Leitungen betragen pro Kilometer Luftlinie ungefähr 6.000 DM im Jahr. Wenn man also einen 20 km entfernten Ort anbinden möchte, kostet das im Jahr ca. 120.000 DM.

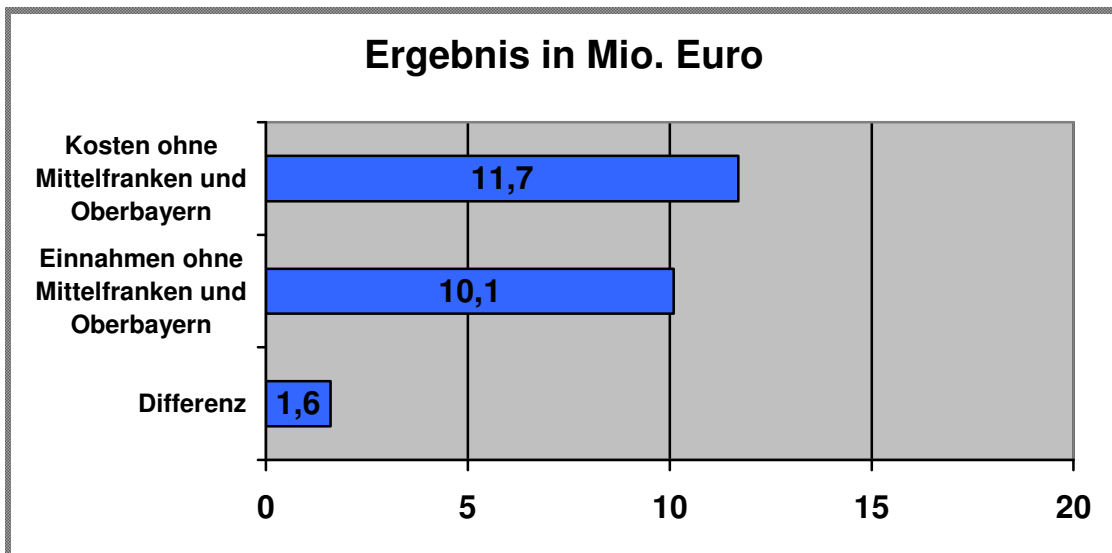
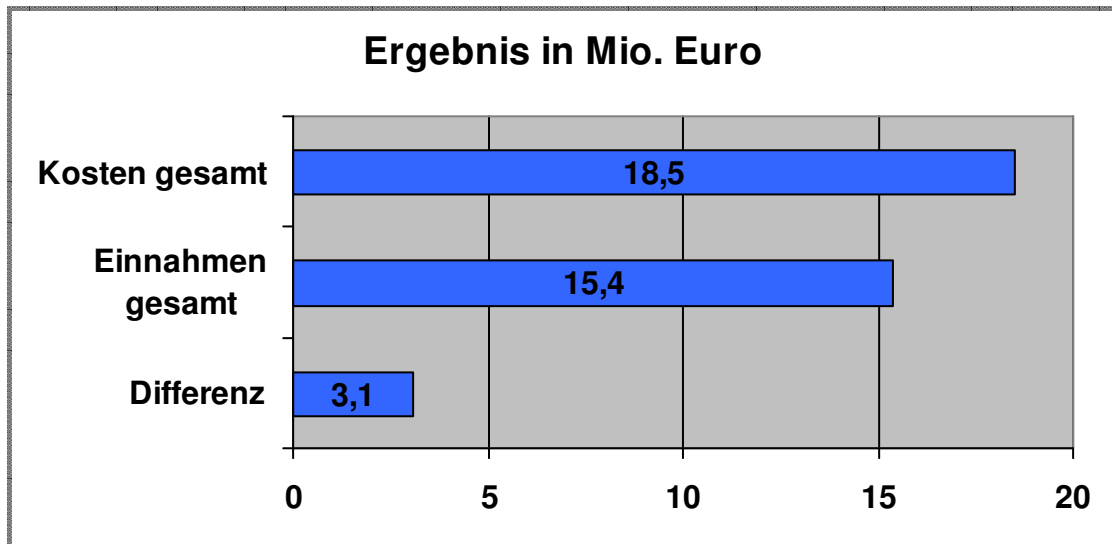
⁵⁴⁶Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 158

- Die Erlöse aus dem Finanzierungsbeitrag steigen durch die Änderung der TV-Satzung auf 1,2 Millionen Euro und die Erlöse aus der Ablösesumme für den Werbeblock auf RTL nach 20:00 Uhr bleiben konstant. Der Wegfall von Bloomberg TV und RTL-Shop (460.000 Euro) wird durch die Übernahme eines neuen Fremdprogramms kompensiert. Die Erlöse für die individuelle Programmförderung besonderer Lokalfernsehprogramme bleiben erhalten. Die BLM-Technikförderung für die ATM-Leitungen bleibt bestehen.⁵⁴⁷

Goldmedia verspricht sich von einer möglichen Umstrukturierung des bayerischen Lokalfernsehmarktes in einen Regionalfernsehmarkt auf Regierungsbezirksebene mit technischen Mindestreichweiten von mehr als 200.000 Kabelhaushalten die Senkung der Gesamtkosten von 30 Millionen auf 18,5 Millionen Euro. Danach beliefen sich der Gesamtverlust nur noch auf 3,1 Millionen Euro. Das wären noch einmal 1,8 Millionen Euro weniger als beim Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“. Die Sender in den Regierungsbezirken Oberbayern und Mittelfranken würden dabei fast die Hälfte der Verluste generieren. Die Verluste der übrigen fünf Sender könnten sich danach um etwas mehr als 300.000 Euro reduzieren. Allerdings wird auch hier deutlich, dass eine kostendeckende Programmproduktion ohne zusätzliche Förderung ebenfalls nicht möglich ist - wegen weiterhin niedrigem Preisniveau sowie der geringen Werbemarktausschöpfung in Gebieten ohne echte Standortpräsenz.⁵⁴⁸

⁵⁴⁷Vgl. Ebd., S. 159

⁵⁴⁸Vgl. Ebd., S. 160



Goldmedia-Analyse, Basis: AKM/BLM-Zahlen 2006

Abbildung 54: Regionalfernsehen auf Regierungsbezirksebene - Kosten und Einnahmen bei Strukturveränderung ohne Teilnehmerentgelt in Mio. Euro⁵⁴⁹

Vor allem in den ersten Jahren muss mit anfänglichen Investitions- und Anlaufkosten gerechnet werden, um die neue Marke beim Zuschauer und im Werbemarkt zu etablieren. Die Verluste in den ersten Jahren werden dadurch höher ausfallen, lassen sich aber im Voraus nicht kalkulieren.

Auch hier kann, wie beim Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“, überlegt werden, ob man die Zahl der Satellitenkanäle reduziert oder auf die digitale Kabeleinspeisung verzichtet, um Kosten zu sparen. Allerdings sind damit dieselben Risiken verbunden. Eine geringere technische Reichweite bedingt eine sinkende Zuschauerakzeptanz, was

⁵⁴⁹Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 160

wiederum zu geringeren Werbeeinnahmen führen kann. Laut Goldmedia ist diese Modellrechnung jedoch mit deutlich höheren Aussagerisiken verbunden als beispielsweise das Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“.

Würde ein Regionalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene umgesetzt, führte dies zu einer Personalreduktion von ca. 247 Mitarbeitern insgesamt. Das entspricht 53 Prozent der in 2005 beschäftigten Personen im bayerischen Lokalfernsehen.

Außerdem verringerte sich das Programmvolume im Vergleich zur aktuellen Situation um ca. 70 Prozent. Bei nur 10-minütigen Lokalfenstern würde sich ferner die lokale Berichterstattung um mehr als 50 Prozent reduzieren. Da es dann nur noch möglich sein wird, zwei bis drei Nachrichten aus den einzelnen Subregionen zu senden, verdichtet sich vermutlich die Berichterstattung zwangsläufig auf die Top-Nachrichten aus den Oberzentren und die Berichterstattung aus den umliegenden Kommunen wird entsprechend zurück gefahren. Des Weiteren besteht die Gefahr, dass sich die Sender, die eine Genehmigung für ein größeres Verbreitungsgebiet erhalten haben, weiterhin nur auf ihr angestammtes Sendegebiet konzentrieren. Der BLM wäre zwar möglich, durch entsprechende Auflagen in den Genehmigungen dem entgegenzuwirken, allerdings könnten die Sender sich immer mit einer zu geringen Wirtschaftlichkeit der übrigen Sendegebiete rechtfertigen. Mit dem Entzug von Genehmigungen oder Neuausschreibungen würde der Markt aber zusätzlich destabilisiert.⁵⁵⁰

Der ORH empfahl bereits in seinem Jahresbericht von 2011, das lokale Fernsehen in Bayern auf ein solches Regionalmodell mit einem auf 30 Minuten beschränktes Nachrichtenprogramm umzustellen. Dies hätte jedoch schwerwiegende Konsequenzen, „da die Hälfte der derzeitigen Lokalberichterstattung abgebaut werden müsste“, so BLM-Präsident Schneider. Die Kürzungen würden zu einer Abnahme der Attraktivität der lokalen Programminhalte führen und der daraus resultierende Rückgang der Werbeeinnahmen zu einer Reduzierung der Wirtschaftskraft einzelner Sender. Die Erfahrungen zeigten, dass nur eine Orientierung der Versorgungsgebiete an den gewachsenen Kommunikationsräumen bei den Zuschauern langfristig erfolgreich sei, so Schneider weiter.⁵⁵¹

⁵⁵⁰Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 161 f.

⁵⁵¹Vgl. mho „BLM-Präsident Schneider sieht Regionalsender in Bayern in Gefahr“, v. 06.12.11.

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/BLM-Praesident-Schneider-sieht-Regionalsender-in-Bayern-in-Gefahr.73734.0.html> (Zugriff am 10.05.12 um 14:58 Uhr) und vgl. BLM: „BLM-Präsident Schneider zum Bericht des Bayerischen Obersten Rechnungshofs“, v. 06.12.11.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1697 (Zugriff am 02.05.12 um 20:00 Uhr)

9.2.4 Optimierung der Distributionskosten

Anschließend soll untersucht werden, ob sich die Distributionskosten weiter optimieren lassen, unabhängig davon, inwiefern in Zukunft die bestehende Struktur beibehalten bleibt oder der Markt in ein Regierungsbezirksfernsehen umgewandelt wird. Da die Distributionskosten nur 10 Prozent der Gesamtkosten betragen, ist zu prüfen, ob hier substantiell Kosten gespart werden können.

Ein Verzicht auf die Satellitenübertragung ist angesichts der damit verbundenen und erwähnten Reichweitenverluste nicht zu empfehlen. Ebenso wenig die Umstellung von ASTRA auf Eutelsat. Damit könnte man zwar ungefähr die Hälfte der DVB-S-Distributionskosten sparen, allerdings haben nur wenige 100.000 Haushalte in Deutschland ihren Empfang auf Eutelsat ausgerichtet, sodass man an der Mehrheit der anderen Haushalte einfach vorbei senden würde. Allerdings bietet der Bereich der Signalführung mit rund 1,9 Millionen Euro möglicherweise ein Optimierungspotenzial. Statt der teuren TV-Festverbindungen bzw. der digitalen R4D-Leitungen könnten beispielsweise DSL-Leitungen genutzt werden, die über ein Server-System die Sender kostengünstig miteinander vernetzen und die Kabelkopfstationen mit Programmen versorgen. Jeder Beitrag wird dabei im MPEG-4- oder H264-Format über eine DSL-Leitung zum Zentralserver geschickt, auf dem dann die Beiträge gehostet und über eine hochbreitbandige SDM1-Internetanbindung von 155 Mbit/s an die einzelnen Kopfstationen weitergeleitet werden. Dort erfolgt zunächst die Abspeicherung der einzelnen Beiträge auf lokalen Servern und anschließend um 18:00 Uhr, zusammen mit der separat übertragenen Moderation auf Basis einer Playlist als analoges Signal ausgespielt, wie gewohnt die Ausstrahlung auf dem eigenen Kabelkanal und im RTL-Fenster. Dazu müssen die Lokalsender und Kopfstationen allerdings eine DSL-Anschlussfähigkeit aufweisen. Zum einen ist diese Variante bei der Signalführung deutlich kostengünstiger, zum anderen kann diese Struktur auch genutzt werden, um beispielsweise Gemeinschaftsprogramme zusammenzustellen und an die Kopfstationen zu übertragen. Betreibt man den Zentralserver direkt beim ASTRA-Standort APS in Unterföhring, könnten auch Kosten für die Satellitengemeinschaftsprogramme gespart werden. Der einzige Nachteil dieser Variante besteht darin, dass es Probleme beim Realisieren von Live-Fernsehen geben kann, da keine Übertragung in Echtzeit stattfindet. Zum Hochladen über 2-Mbit-Leitungen braucht jeder Beitrag die doppelte Sendezeit.⁵⁵²

Allerdings produzieren die meisten Lokalsender ihre Nachrichtenformate nicht live. Es gibt einen festen Redaktionsschluss, bis zu dem alle Beiträge und Aufzeichnungen fer-

⁵⁵²Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 167 f.

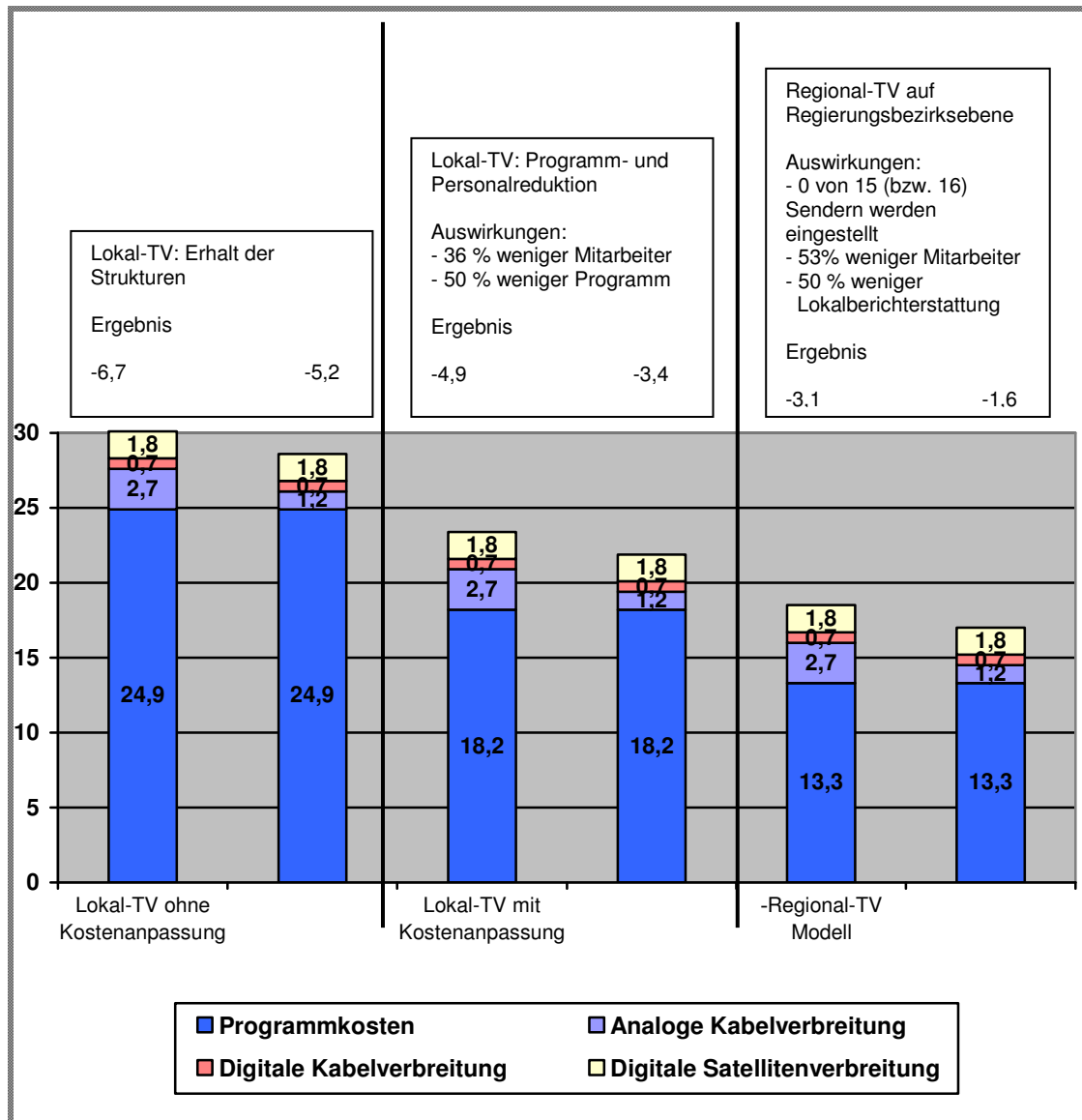
tig sein müssen. Der Zuschauer erkennt den Unterschied in der Regel nicht, sodass die fehlende Live-Fähigkeit kaum von Bedeutung wäre.

Momentan werden die Lokalprogramme über 45 Kopfstationen in die lokalen Kabelnetze eingespeist. Damit wären Investitionskosten für 45 Server und einen Zentralserver von rund 850.000 Euro notwendig. Je nach Vorausstattung der Sender fallen eventuell zusätzliche Kosten für einen Teletext-Insertor an. Nimmt man einen durchschnittlichen Programmupload von maximal 60 Minuten pro Tag und Sender an, ergeben sich laufende Kosten von rund 143.000 Euro pro Jahr. Die Gesamtkosten einschließlich der Abschreibung der Investitionskosten über fünf Jahre liegen bei rund 350.000 Euro. Zieht man davon den Wegfall der Leitungskosten von 1,89 Millionen Euro pro Jahr ab, können jährlich maximal 1,5 Millionen Euro gespart werden. Fielen die Kosten für die Zuspielung nach München auch noch weg, erhöht sich der Einspareffekt sogar auf 1,8 Millionen Euro. Im Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ könnten die Gesamtverluste so auf rund 3,7 Millionen Euro verringert werden.

Ohne BLM Förderung verfügt aber jeder Sender selbst über Entscheidungsspielraum, welches Distributionssystem er wählt. Die Berechnungen von Goldmedia stellen daher eine maximale Variante dar, die in diesem Umfang wahrscheinlich nicht umgesetzt wird.

Würde man sich jedenfalls für ein Regionalfernsehen auf Regierungsbezirksebene entscheiden, ließen sich die Gesamtverluste mit einer hoch optimierten Signalzuführung eventuell sogar auf rund 1,6 Millionen Euro verringern.⁵⁵³

⁵⁵³Vgl. Ebd., S. 169 f.



Quelle: Goldmedia-Analyse, Basis: AKM/BLM 2006

Abbildung 55: Auswirkungen einer kostenoptimierten DSL-Signalführung auf das Gesamtergebnis⁵⁵⁴

Obige Abbildung zeigt bei genauerer Betrachtung, dass mit der DSL-Zuführung eine Regionalfernsehstruktur bereits dann in der Summe kostendeckend betrieben werden kann, wenn man nur die Distributionskosten fördert. Rein rechnerisch würde sogar fast ausreichen, nur die Satellitenverbreitungskosten zu fördern. Das Gesamtergebnis spiegelt jedoch nicht die Situation der einzelnen Anbieter wider. Nicht alle Sender arbeiten deswegen kostendeckend. Beispielsweise könnten einige Sender Gewinne generieren, während andere Sender weiterhin Fehlbeträge ausweisen, obwohl im Durchschnitt ein positives Betriebsergebnis erreicht wird. Einerseits unterstützt das ei-

⁵⁵⁴Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 170

ne hohe Anbieterfluktuation bei den Sendern, die Verluste erwirtschaften, andererseits wäre das ganze System nur auf ein kostendeckendes Arbeiten ausgerichtet, was für keinen Anbieter eine wirtschaftliche Perspektive darstellt. Außerdem fehlt die Planungssicherheit, weil keinerlei Rücklagen für zukünftige Investitionen gebildet werden können.⁵⁵⁵

9.2.5 Zwischenfazit

Goldmedia kommt in der Studie zum dem Schluss, dass professionelles Lokalfernsehen in Bayern im Durchschnitt ohne zusätzliche Förderung, die über den Finanzierungsbeitrag/Ablösesumme und sonstige Fördermittel hinausgeht, in keiner berechneten Variante wirtschaftlich tragfähig betrieben werden kann. Die Kostenseite ist dabei nicht das Problem. Wie bereits aufgezeigt, konnten alleine von 2002 bis 2006 die Kosten um rund 1/4 gesenkt werden. Auf der Erlösseite markieren vor allem die niedrigen Werbeumsätze, die vornehmlich auf die etablierten Preisstrukturen zurückzuführen sind, ein großes Problem. Durchschnittlich vermarkten die bayerischen Lokalsender ihre Spots für 12 Euro pro Sekunde (Tagespreis). Allerdings operieren auch die meisten außerbayerischen Sender mit vergleichbaren Preisen. Die lokale Fernsehwerbung ist damit jedoch vergleichsweise immer noch günstiger im Vergleich zu Anzeigen in der Tageszeitung oder Spots im lokalen Radio. Um die Produktion und Distribution eines Nachrichtenformates im Lokalfernsehen zu finanzieren, reicht dieses Preisniveau oft nicht aus.

Vielen Anbietern gelingt es nicht, höhere Spotpreise im lokalen Werbemarkt durchzusetzen, weil Fernsehwerbung im lokalen Einzelhandel immer noch überwiegend als Imagewerbung bewertet und genutzt wird. Da Werbung in der Zeitung oder im Radio stärker auf den Abverkauf zielt, haben diese Medien eine stärkere Relevanz für den Umsatzerfolg des Kunden. Somit kommt ein relativ günstiger Preis für die lokale Fernsehwerbung zu Stande. Überdies gilt es auch die starke Konkurrenz einer Vielzahl von Radiostationen in Bayern zu beachten.⁵⁵⁶

Ohne die Förderung durch das Teilnehmerentgelt kalkulierte Goldmedia einen Gesamtfehlbetrag der bayerischen Lokalsender von insgesamt 6,7 Millionen Euro in 2010. In zwei Modellrechnungen wurde daher analysiert, dass dieser Gesamtfehlbetrag durch eine Reduktion der Programmleistung verringert werden könnte.

Das Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ basiert auf einer extremen Verschlankung der Produktion innerhalb der derzeitigen Strukturen mit maximaler Personal- und Programmreduktion bei einem Erhalt tagesaktueller Nachrichten.

⁵⁵⁵Vgl. Ebd., S. 171

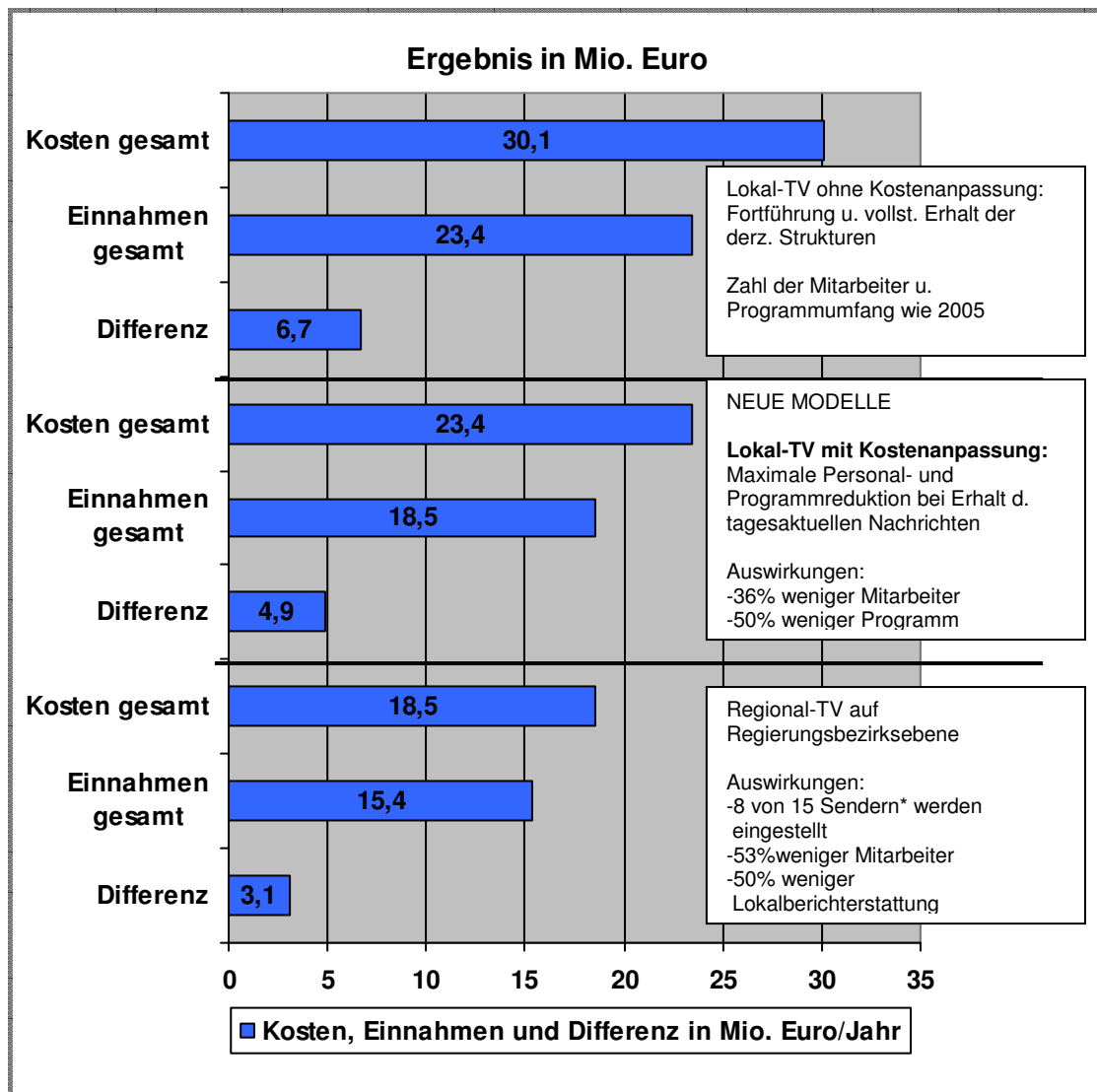
⁵⁵⁶Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 173

Das Modell „Regionalfernsehen auf Regierungsbezirksebene“ beruht auf einer Reduktion der Senderzahl.

Im ersten Modell lässt sich der Gesamtverlust maximal um 2 Millionen auf rund 5 Millionen Euro bei einem kompletten Wegfall der Förderung verringern. Außerdem werden bei diesem Modell nur noch 20 Mitarbeiter pro Sender kalkuliert. Das hieße, dass einige Sender ca. 50 Prozent ihres Personals entlassen müssten. Ob sie dazu allerdings bereit wären bzw. über entsprechendes Personal mit nötiger Mehrfachqualifikation verfügen, ist fraglich. Darüber hinaus entfallen in diesem Modell bislang produzierte Formate zu den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Brauchtum, Sport etc., weil diese ohne Förderung nicht finanzierbar sind. Eine programmliche Weiterentwicklung wäre daher nicht möglich. Diese Modellrechnung ist deshalb nur als Maximalvariante im Sinne einer größtmöglichen Kostenreduktion anzusehen.

Im zweiten Modell lässt sich der Gesamtfehlbetrag theoretisch auf 3,1 Millionen Euro mindern und damit mehr als halbieren. Dieses Regionalfernsehkonzepkt wäre bereits mit einer reinen Distributionsförderung wirtschaftlich tragfähig. Das Modell bedingt jedoch eine deutliche Beschneidung des bisherigen originären Programmvolumens. Die klassische lokale Berichterstattung nähme spürbar ab, weil sie sich vornehmlich auf die Oberzentren konzentrieren würde. Wie sich diese Einschränkungen auf die Zuschauerakzeptanz auswirken, dürfte davon abhängig sein, wie geschickt die Programmacher den lokalen Eindruck beim Zuschauer erhalten können. Allerdings ist diese Modellrechnung mit erheblichen Aussagerisiken verbunden. Erstens wäre unklar, wie sich die Zuschauerreichweiten entwickeln, zweitens sind die Schätzungen zu Umsätzen jenseits angestammter Verbreitungsgebiete mit deutlich größeren Unsicherheiten behaftet und drittens können etwaige Anlaufkosten nicht kalkuliert werden.⁵⁵⁷

⁵⁵⁷Vgl. Ebd., S. 173 ff.



*Ohne Berücksichtigung von Regio TV Schwaben in Ulm/Neu-Ulm
Quelle: Goldmedia-Analyse, Basis: AKM/BLM 2006

Abbildung 56: Modell-Vergleich: Wirtschaftlichkeit von Lokal- bzw. Regionalfernsehen in Bayern ohne Teilnehmerentgelt bzw. Förderung⁵⁵⁸

Goldmedia schätzte, dass die Preise für die lokale Spotwerbung beim Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ um ca. 61 Prozent und um ca. 57 Prozent beim Regierungsbezirksmodell erhöht werden müssten, um die Fehlbeträge der beiden Modellrechnungen wieder auszugleichen. Preissteigerungen in dieser Größenordnung erscheinen allerdings nicht realisierbar, das dies zu erheblichen Rückgängen bei der Spotbuchung führen würde.⁵⁵⁹

⁵⁵⁸Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 176

⁵⁵⁹Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 176

Eine weitere Kosteneinsparung bietet die Optimierung der Distributionswege. Völlig unabhängig davon, welches Modell gewählt würde, ließen sich im Maximalfall ca. 1,5 Millionen Euro einsparen. Dazu könnte die Signalzuführung, statt bisher via TV-Leitungen und Glasfaser, über eine einfache Vernetzung der Anbieter über DSL-Leitungen erfolgen. Die Zahl der zu bedienenden Kopfstationen, an denen sich die Kosten dieses Systems orientieren, bleibt in beiden Strukturen (bisherige gegebene Lokalstruktur oder Regionalstruktur) identisch, da man auch innerhalb der Regionalstruktur die Programme lokalisieren würde. Ein Vorteil dabei wäre die Anbietervernetzung beispielsweise zum Austausch von Beiträgen, im Gegenzug dazu würde die Live-Fähigkeit fehlen. Dies betrifft aber hauptsächlich die Ballungsraumsender und ist deswegen ein vergleichsweise unerheblicher Nachteil.

Ob eine DSL-basierte Infrastruktur zur Signalheranführung an die Kabelkopfstationen in Bayern eingeführt werden kann, müsste allerdings erst durch die BLM bzw. die BMT und die einzelnen Anbieter geprüft werden.⁵⁶⁰

Schließlich kommt Goldmedia zu dem Ergebnis, dass ohne weitere Förderung ein Teil der Anbieter wegen zu hoher Verluste bzw. mangelnder Rendite ihren Sendebetrieb sofort einstellen müssten. Mit höheren Werbeeinnahmen ist auf Grund der bereits erwähnten niedrigen Preise nicht zu rechnen. Viele Anbieter tendierten wahrscheinlich dazu, weitere Einsparungen vorzunehmen. Dadurch würde allerdings das im Modell „Lokal-TV mit Kostenanpassung“ als notwendig definierte, minimale Produktionsniveau für professionelles, tagesaktuelles Lokalfernsehen unterschritten. Infolgedessen ist mit einer deutlichen Kommerzialisierung der Programme zu rechnen.

Weitere Einsparungen bei der digitalen Kabel- und Satellitenverbreitung, bei Produktionsmitteln und Personal zögen rückläufige Zuschauerreichweiten und dies wiederum weiter abnehmende Werbe- und Zusatzeinnahmen nach sich. Durch die hier drohende Abwärtsspirale aus sinkenden Erlösen, sinkender Programmqualität, sinkenden Reichweiten und deshalb weiter sinkenden Erlösen wäre das lokale Fernsehen in Bayern daher nicht zukunftsfähig.⁵⁶¹

„Will man ein regionales oder lokales Fernsehen auf professionellem Niveau erhalten, ist eine zusätzliche Förderung unabdingbar.“⁵⁶²

Sollte von Seiten der Politik das vorrangige Ziel sein, massiv Fördergelder einzusparen, stellt die Umstrukturierung der Lokalfernsehstruktur auf ein Regionalfernsehkonzzept auf Regierungsbezirksebene und die damit verbundene Reduktion der Senderzahl die einzige Möglichkeit dar. Allerdings nähme man damit eine deutliche Verringerung

⁵⁶⁰Vgl. Ebd., S. 176 f.

⁵⁶¹Vgl. Ebd., S. 179 f.

⁵⁶²Ebd., S. 180

der publizistischen Vielfalt im lokalen Raum in Kauf. Soll dagegen die bestehende Lokalfernsehstruktur erhalten bleiben, muss die Höhe der zukünftigen Programmförderung geklärt werden. Durch die Reduktion der Sendezeit auf ein reines 30-minütiges Nachrichtenformat könnte die Programmförderung beispielsweise um fast die Hälfte gesenkt werden. Jedoch gehen dadurch fast alle zusätzlichen Spartenprogramme zu lokalen Themen verloren. Goldmedia empfiehlt, dabei zu berücksichtigen, dass eine Förderpolitik, die nur auf eine reine Kostendeckung abzielt, keine ökonomische Perspektive für die Anbieter darstellt, weil dadurch sämtliche finanziellen Mittel für zukünftige Investitionen fehlen.

Doch selbst eine ersatzlose Streichung der Förderung würde nicht das Ende des bayerischen Lokalfernsehens bedeuten. Wie in Ostdeutschland der Fall, wird es immer Menschen geben, die lokales Fernsehen auch unter deutlich schwierigeren wirtschaftlichen Bedingungen veranstalten wollen. In Bezug auf Qualität, Quantität, Aktualität und technische Verbreitung lägen diese Angebote allerdings extrem unter dem heutigen Niveau. Außerdem ist eine stärker auf Werbekunden fokussierte Berichterstattung wahrscheinlich.⁵⁶³

In Bayern ließe sich eine flächendeckende Angebotsstruktur mit der gewünschten inhaltlichen Qualität nicht alleine aus dem Werbemarkt refinanzieren. Der derzeitige Standard könne nur durch den zusätzlichen Einsatz von öffentlichen Mitteln aufrechterhalten werden, so BLM-Präsident Schneider.⁵⁶⁴

Ein vermutlich regionales Fernsehen auf Regierungsbezirksebene würde in jedem Fall lediglich zu einem schlechten Metropolenfernsehen mutieren, das sich inhaltlich nur auf die Oberzentren ausrichte, so Haimerl in einem Diskussionspapier anlässlich der Gesetzgebungsdiskussion der Lokalfernsehkonzerte für 2013 aus 2011. Schon heute lasse sich am Beispiel von münchen.tv feststellen, dass in dessen Programm die dazugehörigen Bereiche aus dem Oberland, wie Garmisch, Weilheim, Miesbach, Bad Tölz etc. eigentlich gar nicht mehr berücksichtigt würden. Es sei nicht schwer, sich vorzustellen, in welchem Umfang und mit welchen Inhalten die einzelnen Lokalprogramme bei einem Regionalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene noch repräsentiert wären, so Haimerl weiter. Eine Subregionalisierung, wie von Goldmedia und den Verbänden im Grundlagenpapier vorgeschlagen, würde bestenfalls noch im Kabel als lokales

⁵⁶³Vgl. Goldhammer et al., Wirtschaftliche Situation, 2006, S. 180

⁵⁶⁴Vgl. mho: „BLM-Präsident Schneider sieht Regionalsender in Bayern in Gefahr“, v. 06.12.11.

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/BLM-Praesident-Schneider-sieht-Regionalsender-in-Bayern-in-Gefahr.73734.0.html> (Zugriff am 10.05.12 um 14:58 Uhr) und vgl. BLM: „BLM-Präsident Schneider zum Bericht des Bayerischen Obersten Rechnungshofs“, v. 06.12.11.

URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1697 (Zugriff am 02.05.12 um 20:00 Uhr)

oder regionales Fenster im Gesamtprogramm realisiert werden. Dies bedeute aber, dass die wirklich regionalen Inhalte kaum noch zu finden wären. Das Programm präsentierte sich dadurch für die regionale Wirtschaft, die die lokalen Anbieter derzeit am Leben erhält und den wichtigsten Finanzierungsanteil leistet, gänzlich unattraktiv. Für den verbleibenden Anteil an Regionalität ließe sich mit Sicherheit nicht der aktuelle Standard in Qualität und Quantität bei Personal und Technik halten.

Haimerls Ansicht nach gäbe es keinen Grund, die Entwicklung der vergangenen 25 Jahre so grundlegend für falsch zu erklären. Die insgesamt ausgeprägt regionale bzw. lokale Struktur gelte es zu erhalten und nicht zu zerschlagen.⁵⁶⁵

Prinzipiell gäbe es gegen die Realisierung eines Regionalfernsehkonzpts auf Regierungsbezirksebene keine rechtlichen Einwände, versicherte Stettner im Experteninterview. Allerdings konstatiert auch er, dass man mit einem solchen Regionalfernsehkonzpt die bestehende Struktur völlig aufgeben würde. Er behauptet, je größer das Verbreitungsgebiet sei, desto mehr nehme die Lokalität ab. Gerade die lokale Nähe sei es allerdings, was das Lokalfernsehen ausmache. Er würde dem bestehenden System einfach etwas mehr Zeit geben, um sich zu entwickeln. Darüber hinaus verstehe er die ganze Diskussion um die Einstellung der Förderung sowieso nicht, da seit Anbeginn der Förderung mit dem Teilnehmerentgelt nie die Rede von einer bloßen Anschubfinanzierung gewesen sei. Das hätten damals nur die Gegner aufgebracht. Gesetzlich sei nie ein Ende für das Teilnehmerentgelt festgelegt worden, weil von Anfang an Unsicherheit darüber bestand, ob sich die Lokalsender je selbst wirtschaftlich erhalten könnten. Darauf hatte man sich eingelassen. Seiner Auffassung nach sollte man das Lokalfernsehsystem deswegen jetzt auch nicht aufgeben, sondern daran festhalten und es weiterentwickeln.⁵⁶⁶

„Was wir hier an lokalen Angeboten haben, ist einzigartig. Das sollten wir uns auch bewahren.“,

so Stettner weiter.⁵⁶⁷ Auch Flieger hält ein Regierungsbezirksfernsehen von der Region her für zu groß. In diesem System hätten die Zuschauer Schwierigkeiten, sich wirklich mit dem Sender bzw. dem Programm zu identifizieren. Zwar existiere in Oberfranken bereits eine Art Regionalsender, wo augenscheinlich die Auseinandersetzungen und die Berücksichtigung der verschiedenen lokalen Bereiche durchaus funktionieren und Erfolg haben. Generell glaubt Flieger jedoch nicht, dass ein Bezirksfernsehkonzpt wirtschaftlich erfolgreicher sein wird als ein Lokalfernsehkonzpt. Obwohl das Beispiel von Oberfranken beweist, dass ein Sender mit einem Verbreitungsgebiet von der Grö-

⁵⁶⁵Vgl. Haimerl, Diskussionspapier, 2011, S. 2

⁵⁶⁶Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁵⁶⁷Ebd.

ße eines Regierungsbezirks tatsächlich wirtschaftlich erfolgreich arbeiten kann, denkt Flieger nicht, dass dieses dortige Konzept auf alle anderen Bezirke übertragbar ist.⁵⁶⁸

Bei der Befragung aller bayerischen Lokalsender stellte sich heraus, dass 88,89 Prozent der Anbieter nichts von dem Vorschlag halten, das lokale Fernsehen in ein Regionalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene umzuwandeln, weil

- dies unter Umständen das Zusammenlegen verschiedener Wirtschaftsräume zur Folge hätte, die keinen Bezug zueinander haben und die Kosten dadurch auch nur bedingt abnehmen. Außerdem würde die Relevanz des Programms nachlassen.
- dies höchstwahrscheinlich eine schrumpfende Zuschauerakzeptanz zur Folge hätte.
- dies das bayerischen Lokal-TV-Konzept ad absurdum führen würde, da Fernsehen auf Regierungsbezirksebene sowohl inhaltlich als auch wirtschaftlich gesehen, unsinnig sei.
- der USP des lokalen Fernsehens dadurch verloren gehe, da die Zuschauer genau das schätzen, was dann nicht mehr geboten werden könne: Fernsehen vor Ort, die Lokalität, Fernsehen zum Anfassen und die Nähe zum Zuschauer.
- das wichtigste Vermarktungsargument die Lokalität sei, was ansonsten aufgeweicht würde. Das gelte auch für das Programmprofil. Der wichtigste Einschaltgrund für die Zuschauer seien Berichte aus dem eigenen Lebensumfeld. Diese Berichte würden sich zwangsläufig infolge größerer Sendegebiets reduzieren.
- man dann nicht mehr von Lokalfernsehen sprechen könnte. Viele Seher interessieren sich doch bereits vieles von dem Geschehenen nicht mehr, was beispielsweise einen Radius von von 90 km überschreitet.

Lediglich 11,11 Prozent der Befragten gaben an, dieser Vorschlag sei unter einer wirtschaftlichen Förderung durchaus denkbar.⁵⁶⁹

Zur Frage nach der optimalen Größe eines Sendegebiets für lokales Fernsehen antworteten die Lokal-TV-Stationen, dass die Aufteilung der Verbreitungsgebiete nach Wirtschafts-, Interessen- und Lebensräumen stattfinden müsse. Der Status quo in Bayern sei ein Minimum. Durch eine Vergrößerung der aktuellen Sendegebietsstruktur gehe jedwede Lokalität verloren. Außerdem entstünde dadurch eine Konkurrenz mit dem BR, die weder sinnvoll noch zielführend sei. Ein Programm je Regierungsbezirk sei zu groß für eine kleingliedrige Vermarktung. Es sollte im Gegenteil eher eine Sub-

⁵⁶⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

⁵⁶⁹Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

regionalisierung stattfinden. Viele der Befragten gaben an, dass sie mit der Größe ihres bisherigen Sendegebiets vollends zufrieden seien.⁵⁷⁰

9.3 Weitere Optimierungsmöglichkeiten mit Systemveränderungen

„Ohne Spekulation gibt es keine neue Beobachtung.“
Charles Darwin

Neben den bisher thematisierten Optimierungsvorschlägen werden im Schrifttum von Kritikern oft noch zwei weitere Lösungsvorschläge angeführt, wie die Finanzierung der bayerischen Lokalsender aus dem Staatshaushalt beendet werden könnte. Zum einen soll daher nachfolgend geprüft werden, ob es möglich und sinnvoll ist, die Bayerische Verfassung bezüglich des öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalts so zu ändern, dass auch in Bayern ein echtes duales Rundfunksystem besteht. Zum anderen wird die Möglichkeit diskutiert, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, in Bayern vertreten durch den BR, die Lokalberichterstattung zu übertragen. Diese Vorschläge beinhalten eine völlige Systemveränderung, deren Auswirkungen deshalb nur höchst spekulativ dargestellt werden können.

9.3.1 Einführung der dualen Rundfunkordnung in Bayern

Rechtlich wäre es grundsätzlich möglich, den Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV dahingehend zu ändern, den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt abzuschaffen und eine Gleichstellung von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk herbeizuführen, wie dies in allen anderen Bundesländern Deutschlands der Fall ist, so Stettner. Fraglich sei allerdings, ob man das wirklich wolle. Seiner Ansicht nach sei das bestehende System in Bayern einzigartig. Der mühevolle Aufbau über viele Jahre sollte deshalb nicht zur Disposition stehen, weil die lokalen und regionalen Fernsehstationen einen wichtigen Beitrag zur Meinungsvielfalt leisteten. Mit der Einführung eines dualen Systems würde der lokale und regionale Rundfunk zerschlagen und der volle Wandel zum Kommerz herbeigeführt, so Stettner weiter.⁵⁷¹

Auch Flieger hält diesen Systemwandel für einen sehr theoretischen Vorschlag. Er bestätigt zwar, dass es in den letzten 20 Jahren, ganz abgesehen von der Situation des lokalen Fernsehens, prinzipiell immer wieder Diskussionen gab, die einzelne Leute

⁵⁷⁰Vgl. Ebd.

⁵⁷¹Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

in Parteien angestoßen haben, ob man nicht den Art. 111 a Abs. 2 Satz1 BV ändern und damit die besondere Rolle des Rundfunks in Bayern und auch die besondere Rolle der BLM abschaffen sollte. Doch sei dies immer nur ein Aufflackern kurzer Diskussionen gewesen. Ernsthafte Auseinandersetzungen damit hätte es bisher nie gegeben. Außerdem bräuchte man eine 2/3 oder 3/4 Mehrheit, um die Bayerische Verfassung zu ändern. Flieger sieht nicht, dass es in den nächsten Jahren in diesem Punkt irgendwelche Bestrebungen geben wird.⁵⁷²

Vor allem vor dem Hintergrund, dass derzeit vier von fünf im Bayerischen Landtag vertretenen Fraktionen der Auffassung sind, dass die bundesweit einzigartige Lokal-TV-Struktur erhalten werden muss und auch über 2012 hinaus finanziell gefördert werden soll.⁵⁷³

Die Grünen brachten zuletzt den Vorschlag, man solle Bürgermedien bzw. sogenannte Community-Media (= nicht kommerzieller Rundfunk) in Bayern einführen⁵⁷⁴. Das sind beispielsweise Radio- oder Fernsehstationen, die größtenteils von Vereinen betrieben werden. Sie finanzieren sich überwiegend aus Spenden und Zuschüssen der Landkreise und Gemeinden. Die Mitarbeiter dort arbeiten meist ehrenamtlich. Unter der Letztverantwortung eines ausgebildeten Redakteurs oder Journalisten kann jeder, der möchte, seine eigenen Beiträge in das Programm mit einbringen. Durch die Kontrolle soll sichergestellt werden, dass die Berichte und Beiträge publizistisch einwandfrei sind, also den medienrechtlichen Voraussetzungen usw. entsprechen. Dadurch, dass es aber meist nur wenige ausgebildete Redakteure bei diesen Bürgermedien-Stationen gibt, die dort zudem in ihrer Freizeit arbeiten, dauert die Abnahme der Beiträge von den „Amateuren“ teilweise relativ lange, sodass die Aktualität der Programme und somit der ganzen Sendung oft stark zu wünschen übrig lässt.

Der Betrieb solcher Community-Media kann wegen des Aspekts der ehrenamtlichen Tätigkeit also eher als „ernstgemeintes“ Hobby angesehen werden. Für hauptberufliche Journalisten stellt die Arbeit bei Bürgermedien (ohne Gehalt) aber keine echte Alternative dar.

Außerdem benötigen Bürgermedien, unerheblich ob Radio oder Fernsehen, auch eine minimale technische Ausrüstung, um einigermaßen qualitätvolle Programme zu produzieren. Deshalb die nächste Frage: Wer soll das bezahlen? Wie bereits erwähnt, bekommen solche Stationen zur Aufrechterhaltung des Sendebetriebs auch Zuschüsse von Gemeinden und Landkreisen. Offensichtlich besteht auch hier die Notwendigkeit einer finanziellen Förderung. Da es den Kritikern des bayerischen Lokalfernsehssys-

⁵⁷²Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

⁵⁷³Vgl. BLM: „BLM-Präsident Schneider zum Bericht des Bayerischen Obersten Rechnungshofs“, v. 06.12.11.

URL:
http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1697 (Zugriff am 02.05.12 um 20:00)

⁵⁷⁴Vgl. Plenarprotokoll Nr. 78 v. 09.06.11, S. 22 (Drucksachen 16/8874)

tems meist darum geht, dass dafür kein Geld aus staatlichen Kassen, also Steuern, bezahlt werden soll, bleibt fraglich, ob deren Forderung durch eine Finanzierung aus Gemeinde- und Landkreiskassen befriedigt würde. Dies läuft nämlich auf das Gleiche hinaus: einer Finanzierung aus Steuern. Womöglich wäre der Betrieb von Bürgermedien zwar kostengünstiger als das jetzige System, allerdings ist davon auszugehen, dass Qualität und Quantität der Sendungen deutlich unter dem heutigen Niveau liegen würden.⁵⁷⁵

Überraschenderweise bestätigte Flieger, dass sich die BLM mit dem Vorschlag beschäftigt. Die Idee von Bürgermedien sei dabei aber nicht nur von den Grünen an die BLM heran getragen worden. Im Hörfunkbereich gäbe es bereits mit Radio Feierwerk, Radio Lora in München und Radio Z in Nürnberg Sender, die ein Stück weit die Idee der Bürgermedien verkörpern. Auch gäbe es im Moment Bestrebungen der BLM, diese in den nächsten Jahren im Bereich der DAB plus Verbreitung, im Internetbereich und der Entwicklung einer App für gemeinnützige Programme zu verstärken. Auch neue Förderrichtlinien sehen jetzt 20 Prozent mehr Förderung für solche Programme vor. Das heißt, gemeinnützige Radioprogramme bekommen jetzt 80 Prozent statt bisher 60 Prozent der technischen Verbreitungskosten gefördert. Aber auch wenn von der BLM Unternehmungen in diese Richtung geplant sind, ist die Einführung von Bürgermedien im Fernsehbereich aus Sicht der BLM ausgeschlossen, da dies vergleichsweise viel zu teuer sei, so Flieger.⁵⁷⁶

Bei der Befragung der bayerischen Lokalsender durch Fragebögen ergab sich, dass 42,86 Prozent der Anbieter von dem Vorschlag, in Bayern ein „echtes“ duales Rundfunksystem einzuführen und den in der Bayerischen Verfassung festgelegten öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt abzuschaffen, nichts halten. Die bestehende Struktur hätte ein einmaliges regionales TV-Konzept ermöglicht, die die Träger zu einer adäquaten Förderung verpflichtete. In Bayern sei man mit diesem System bisher gut gefahren, deshalb sollte es auch so bleiben. Wenn dies die anderen Bundesländer auch so handhaben würden, könnte das Lokalfernsehen in Verbindung mit den Landesmedienanstalten über die GEZ-Gebühren beteiligt werden. Dies wäre die beste Lösung für die Zukunft.

Überraschender Weise halten ebenfalls 42,86 Prozent der Befragten diesen Vorschlag für richtig und dessen Umsetzung für überlegenswert.

⁵⁷⁵Zu Beginn dieser Arbeit war ein Experteninterview mit Frau Gote, der medienpolitischen Sprecherin der Grünen unter anderem zu dem Thema Bürgermedien geplant. Frau Gote fiel jedoch durch plötzliche Krankheit langfristig aus, wodurch ein Interview nicht mehr zu Stande kommen konnte. Auf eine ausführliche Behandlung des Themas „Bürgermedien“ muss deshalb verzichtet werden.

⁵⁷⁶Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Dass 14,28 Prozent der Befragten diese Frage nicht beantwortet haben, mit der Begründung, in Bayern bestehe doch ein echtes duales Rundfunksystem, verblüfft einigermaßen und motiviert vielleicht die BLM zu weiterer Aufklärungsarbeit.

Dass allerdings knapp die Hälfte der Interviewten ein duales System bevorzugt, in dem sie wirtschaftlich völlig auf sich alleine gestellt wären, zeigt ganz deutlich, wie wichtig es den Anbietern ist, unabhängig wirtschaften zu können.

In einer weiteren Frage gaben 66,67 Prozent der Befragten an, sie empfinden es als dringendes Erfordernis und sehr wichtig, ein Konzept zu entwickeln, das den bayerischen Lokal-TV-Anbietern ermöglicht, zukünftig auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten zu können.⁵⁷⁷

Hier wird sehr deutlich, dass den Anbietern durch das intervallweise Festsetzen einer Förderung, also die Begrenzung auf ein bis vier Jahre, die Planungssicherheit für ihr Unternehmen fehlt. Von diesem Standpunkt aus wäre es deshalb erstrebenswert, in Zukunft eine dauerhafte Lösung zu finden.

9.3.2 Übernahme des Lokalprogramms durch den BR

Im Schrifttum wird regelmäßig die Möglichkeit diskutiert, man könne die regionale Berichterstattung doch dem Bayerischen Rundfunk übertragen. Dabei gehen die Meinungen jedoch weit auseinander. In einer Diskussionsrunde zum BLM-Symposium 2011 äußerte beispielsweise Martin Gebrande, Geschäftsführer der BLM, dass er eine Zuweisung zum Bayerischen Rundfunk grundsätzlich für möglich halte und verweist dabei auf die Handhabe des WDR, der sich lokalen Themen nicht verschließe. Man könne jedoch beim WDR sehen, was dies kostet, und genau das wolle keiner, weil man sich scheut, die damit einhergehenden maximalen finanziellen Folgen zu tragen. Aus diesem Grund habe man es eben auf der privaten Ebene organisiert.⁵⁷⁸

Auch Prof. Dr. Ory schließt sich dem in der Diskussion an und behauptet, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk gerade im lokalen und regionalen Bereich nicht existiere. Er beschäftigt sich ebenfalls mit der Frage, ob man dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk lokales und regionales Fernsehen als Aufgabe zuweisen kann, und zwar unabhängig von der Frage, ob es sich dabei um Grundversorgung handelt oder nicht. Seiner Ansicht nach könne eine derartige Disposition erfolgen, hätte allerdings dann die Konsequenz eines Finanzierungsgewährleistungsanspruches. Bei Zuweisung einer Aufgabe müsse damit einhergehend auch der pekuniäre Aspekt geklärt sein. Vermutlich würde infolgedessen über die KEF ein gutes Stück mehr an Finanzbedarf ange-

⁵⁷⁷ Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

⁵⁷⁸ Vgl. Gebrande, Martin. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 124

meldet werden im Vergleich zu dem, was man im lokalen und regionalen Fernsehen im Moment an Aufwand betreibt, so Ory.⁵⁷⁹

Bethge hingegen sieht das ganz anders. Er bejaht zunächst die Frage, ob der regionale Grundversorgungsauftrag den öffentlich-rechtlichen Anstalten auferlegt werden dürfe, „wem denn sonst?“. Die Grundversorgung sei nun mal eine Metapher, die die Legitimationsgrundlage für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk darstellt. Für die lokale und regionale Berichterstattung sollten durchaus auch die Öffentlich-Rechtlichen bereit stehen, so Bethge weiter.⁵⁸⁰

Stettner wiederum glaubt nicht, dass man die lokale und regionale Rundfunkversorgung einfach dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk unter dem Stichwort „Grundversorgung“ übertragen kann.⁵⁸¹ Wäre dies der Fall, müsste überdies eventuell die Situation eines verbotenen öffentlich-rechtlichen Monopols nach Art. 10 EMRK genau rechtlich geprüft werden. Prinzipiell könne der BR eine regionale Berichterstattung in sein Programm integrieren. Die Kosten wären aber dann vermutlich um einiges höher. Was jetzt aus dem Staatshaushalt an Förderung fließt, dürften im Vergleich dazu Peanuts sein, so Stettner.⁵⁸²

Wenn es darauf hinaus laufen sollte, dass man der BLM die Aufgabe nimmt, lokales und regionales Fernsehen in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft zu veranstalten, mit der Folge, der BR erfüllt sie dann: „Ja glauben wir denn im Ernst, der BR macht das bei unverändertem Gebühreneinkommen? Die KEF wird das prüfen und man wird feststellen, ohne Gebührenerhöhung kann der BR das nicht. Und dann werden die Rundfunkgebühren erhöht. Das kann sich niemand wünschen.“, verschärft Bornemann die Diskussion.⁵⁸³

Flieger behauptete sogar, dass der BR im Augenblick gar keinen gesetzlichen Auftrag habe, Regional- oder gar Lokalberichterstattung zu betreiben.⁵⁸⁴

Ob allerdings § 11 Abs. 1 Satz 2 RStV: „Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebenslagen zu geben.“ den Öffentlich-Rechtlichen durchaus eine lokale und regionale Berichterstattung auferlegt, ist abschließend nicht geklärt.

⁵⁷⁹Vgl. Ory, Stephan. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 125 f.

⁵⁸⁰Vgl. Bethge, Herbert. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 128 f.

⁵⁸¹Vgl. Stettner, Rupert. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 123

⁵⁸²Vgl. Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Experteninterview v. 11.06.12

⁵⁸³Vgl. Bornemann, Roland. In: BLM, Medienrecht, 2001, S. 106

⁵⁸⁴Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Im Geschäftsbericht des BR von 2010 wird jedenfalls deutlich, wie viele Minuten Regionalprogramm er produziert:

Programmgruppe	Bayerisches Fernsehen	BR-alpha
	Minuten	Minuten
Aktuelles und Landesberichte	43.944	0
Ausland und Reportagen	4.217	0
Bayern und Unterhaltung	46.514	0
Innenpolitik und Zeitgeschehen	22.747	0
Kultur und Familie	88.524	22.701
Politik	64.987	37.500
Spiel-Film-Serie	123.493	0
Sport und Freizeit	24.268	1.601
Wissenschaft-Bildung-Geschichte	60.298	369.921
Studio Franken	13.369	0
Programmüberleitungen	10.060	0
Sonstiges	0	93.877
Zusammen	502.421	525.600
BR Anteile an		
- Gemeinschaftssendungen	0	0
- Vormittagsprogramm	0	0
- Regionalprogramm (einschließlich Werbezeit)	0	0
Programmleistung insgesamt	502.421	525.600

Tabelle 29: Programmleistung des Fernsehens nach Programmgruppen, BR, 2010⁵⁸⁵

Weiter bezweifelt Flieger, dass der BR eine derartige organisatorische Zusammenführung überhaupt wollte. Als Ableitungsbeispiel nennt er den WDR, dessen lokale und regionale Berichterstattung nach den aktuellsten Kenntnissen der BLM (aus 2010) den Gebührenzahler mit rund 110 Millionen Euro im Jahr finanziell beansprucht hat. Differenziert man, was das Lokalfernsehen in Bayern mit deutlich mehr regionaler Berichterstattung im Vergleich zum WDR kostet, sehe man, dass dies kein Weg ist, so Flieger. Bei Interviewterminen im eigenen Hause kämen vom Bayerischen Rundfunk mindestens drei Leute. Bei Interviewterminen mit Lokalsendern wären es maximal zwei Personen, oft käme sogar eine Person alleine. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sei also wesentlich aufwendiger und daher erheblich teurer. Flieger denkt nicht, dass die Übertragung der Lokalberichterstattung an den BR der richtige Weg sei. Auch nicht für den BR selbst. Die BLM hätte beispielsweise schon mit Mantelprogrammen vom BR für die Lokalsender experimentiert. Bereits damals seien jedoch die Absprachen mit dem BR extrem schwierig gewesen und man hätte zu jeder Zeit gemerkt, dass der BR mit

⁵⁸⁵Geschäftsbericht des BR 2010. URL: www.br.de/unternehmen/inhalt/organisation/geschaefsbbericht-2010-pdf100.html (Zugriff am 11.05.12 um 13:21 Uhr)

dieser Situation nicht glücklich ist. Von daher bezweifelt Flieger, dass dies eine Option ist.⁵⁸⁶ Haimerl behauptet sogar, die Experimente mit den Mantelprogrammen hätten nicht nur zu keinem positiven Ergebnis geführt, sondern im Gegenteil den lokalen bzw. regionalen Fokus der Programme gestört und das wesentliche Gattungsmerkmal, die Regionalität, wäre in den Hintergrund gedrängt worden.⁵⁸⁷

Das stärkste Argument sind und bleiben aber die finanziellen Mittel. Die Produktion eines der elf Lokalzeitfenster des WDR kostet beispielsweise nach Sendeminuten im Schnitt 13,8 Millionen Euro⁵⁸⁸. Aufgerechnet bedeutete das eine Summe von 151,8 Millionen Euro pro Jahr. Zum Vergleich: In 2010 betrugen die Gesamtkosten der bayerischen Lokal- und Ballungsraumsender zusammen 44,7 Millionen Euro. Pro Sender wären dies im Durchschnitt Kosten von knapp 2,8 Millionen Euro und beim WDR bei 11 Stationen 13,8 Millionen Euro Kosten durchschnittlich pro Jahr. Das ergibt eine Differenz von 11 Millionen Euro pro Station, die die lokale und regionale Berichterstattung durch die Produktion eines öffentlich-rechtlichen Senders mehr kosten würde. Dabei muss auch beachtet werden, dass die Kosten, die bei den Öffentlich-Rechtlichen entstehen, zu fast 100 Prozent direkt auf den Gebührenzahler abgewälzt werden. Die rein staatliche Förderung der bayerischen Lokal- und Ballungsraumsender betrug beispielsweise in 2010 insgesamt 8,1 Millionen Euro ohne Haushaltssperre. Würde man also die Lokal- und Regionalberichterstattung in Bayern dem BR übertragen und die Situation des WDR auf den BR anwenden, belastete dies den bayerischen Steuerzahler um 143,7 Millionen Euro mehr als jetzt. Außerdem ist dabei zu beachten, dass der WDR „nur“ 11 lokale bzw. regionale Studios unterhält, während sich in Bayern bereits 16 Stationen etabliert haben. Fünf Sender mehr bedeuten fünf mal 13,8 Millionen Euro mehr an Kosten.

Den Kritikern des bayerischen Fördersystems geht es meist in erster Linie um die Belastung des Staatshaushalts und insofern des Steuerzahlers. Wollte man dem BR jetzt

⁵⁸⁶Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

Der Mantel vom BR bestand größtenteils aus Alpha, aber auch aus einzelnen Sendungen des BFS, wie der Rundschau und der Abendschau. Die BLM forderte damals, dass dieses Rahmenprogramm exklusiv bei den Lokalstationen zu sehen sein müsse, weil die Zuschauer sonst gleich das Original, also Alpha einschalten würden. Der BR hingegen wollte Alpha vollständig über Kabel verbreiten. Der damalige BR-Intendant Scharf monierte, „daß der BR der Landeszentrale beim Lokalfernsehen helfe und zum Dank dafür Alpha blockiert werde.“. Auch die Forderung, der BR solle die lokalen Privatsender in sein drittes Fernsehprogramm aufnehmen und finanziell aushalten, war nicht von Erfolg gekrönt. Weder werde der BR Lokalprogramme privater Sender im BFS ausstrahlen, noch dafür Gebührengelder zur Verfügung stellen, so Scharf. – vgl. Ott, Klaus: „Wie Alpha zu Omega wird“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 19.03.98, S. 53 und vgl. Ott, Klaus: „Die großen Sender sollen den kleinen helfen“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 14.07.97, S. 33 und vgl. Ott, Klaus: „Fernsehmacher schauen in die Röhre“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 09.10.96, S. 47

Zu weiteren Experimenten mit Mantelprogrammen z. B. von RTL siehe auch: Ott, Klaus: „Ein neuer Einsatz für Maxwell Smart“. In: Süddeutsche Zeitung, v. 22.07.97, S. 12

⁵⁸⁷Vgl. Haimerl, Rede CSU-Parlamentskreis Mittelstand, 2005

⁵⁸⁸Vgl. Wiegand, André: „Ohne Förderung keine Kostendeckung“. In: Tendenz Nr. 2, v. 2009, S. 10 f..

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/10-11.Finanzierung.pdf (Zugriff am 02.05.12 um 16:55 Uhr)

die Aufgabe zur lokalen und regionalen Berichterstattung übertragen, würde dieser zur Erfüllung dieser Aufgaben einen höheren Bedarf an Finanzmitteln aus der Rundfunkgebühr bei der KEF anmelden. Dies hätte eine Erhöhung der Gebühr zur Folge. Angenommen, man setzt Steuerzahler und Gebührenzahler auf die gleiche Stufe, muss festgestellt werden, dass diese wesentlich tiefer in die Tasche greifen müssten, wenn der BR das Lokalprogramm veranstalten würde, statt wie bisher die BLM mit ihren 16 Lokalfernsehsendern. Ganz offensichtlich hinkt diese Rechnung. Vor allem, wenn man bedenkt, dass eine Erhöhung der Rundfunkgebühren in Bayern um ca. 15 bis 20 Cent schon ausreichend wäre, um mit dieser Summe die 16 bayerischen Lokalsender wirtschaftlich tragfähig, ohne jegliche staatliche Förderung zu gestalten.

„Wenn wir zu diesen Erkenntnissen kommen und in Bayern lokales Fernsehen mitfinanzieren, was einen Bruchteil dessen kostet, was der WDR beispielsweise für lokale Angebote auf öffentlich-rechtlicher Basis ausgibt, (...), wird der Staat letztlich mit der Frage konfrontiert, wer das Ganze bezahlt.“⁵⁸⁹

Demnach lässt sich zusammenfassen, dass die Übertragung der lokalen und regionalen Berichterstattung an den BR viel zu kostenintensiv ausfallen würde. Darüber hinaus sind vor Ort die lokalen Berichtersteller oft viel näher am Geschehen als es die öffentlich-rechtlichen sein können. Die Lokalsender produzieren tatsächlich Fernsehen, das sich um das direkte Umfeld der Zuschauer kümmert.⁵⁹⁰ Außerdem wäre bei einer Lokal- und Regionalberichterstattung durch den BR zweifelhaft, ob das entsprechende Programm nicht lediglich auf Spartenkanäle ausgelagert werden würde, da sich augenscheinlich auch das BFS intensiv mit Quoten beschäftigt.⁵⁹¹

Den Vorschlag, die jetzige Lokal- und Regionalberichterstattung dem BR zu übertragen, halten 66,67 Prozent der bayerischen Lokal-TV-Anbieter für nicht sinnvoll, weil

- dies einerseits auf Grund journalistischer Vielfalt uninteressant sei, aber auch hinsichtlich Quantität und Ausrichtung der Programme wenig durchführbar erscheint.
- dieses Konzept angeblich schon durchgerechnet und abgelehnt worden sei.
- Dem BR gar nicht die Programmflächen für mehr Berichterstattung zur Verfügung stünden.

⁵⁸⁹ Roppelt, Michael. In: BLM, Medienrecht, 2011, S. 134

⁵⁹⁰ Vgl. Zumbusch, Joachim. In: Tendenz Nr. 2, v. 2009, S. 16 f..

URL: www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/16-17_Lokalzeiten_WDR.pdf (Zugriff am 02.05.12)

⁵⁹¹ Vgl. BLM, Medienrecht, 2011, S. 46, 136

- die wirklich lokale Berichterstattung dadurch sicher das Nachsehen hätte. Zudem sei die Rückkehr zu einem öffentlich-rechtlichen Monopol auf keinen Fall der richtige Weg.

11,11 Prozent der lokalen Sender gaben im Fragebogen an, sie beurteilen diesen Vorschlag als sehr interessant.

22,22 Prozent der Befragten hingegen befürworten eine Kooperation mit dem BR anhand der Argumentation, die Gesamtförderung der lokalen Fernsehstationen aus dem Staatshaushalt hätte bisher höchstens 9 Millionen Euro pro Jahr betragen. Das sei ca. 1 Prozent des Gesamtbudgets des Bayerischen Fernsehens. Mit dieser Summe könnte beispielsweise zukünftig der BR das bayerische Lokalfernsehsystem stützen und im Gegenzug dafür auf ein weitverzweigtes Korrespondentennetz durch die lokalen Fernsehstationen zurückgreifen.⁵⁹²

Dieser Vorschlag wirkt aber wenig durchführbar. Erstens beinhaltet dies, die Trennung von öffentlich-rechtlichem und privat produziertem Rundfunk damit aufzuweichen. Zweitens ist nicht davon auszugehen, dass der BR diesen Vorschlag unterstützen würde.

9.3.3 Zwischenfazit

„Jede Lösung eines Problems ist ein neues Problem.“

Johann Wolfgang von Goethe

Neben den genannten Optimierungsmöglichkeiten mit und ohne Strukturveränderung gestaltete es sich als rein theoretisch auch möglich, das Rundfunksystem per se zu ändern. Die Einführung eines „echten“ dualen Rundfunksystems in Bayern wäre rechtlich vorstellbar, jedoch ist zweifelhaft, ob so ein Vorhaben tatsächlich umgesetzt werden könnte, da aktuell vier von fünf Parteien im Bayerischen Landtag für den Erhalt der bestehenden Struktur eintreten. Das heißt, die notwendige Mehrheit für eine Gesetzesänderung würde derzeit nicht zu Stande kommen und durch die Abschaffung des jetzigen Rundfunkmodells voraussichtlich eine Situation wie in Punkt 9.1.1. „Lokal-TV ohne Kostenanpassung“ geschaffen. Das vornehmliche Ziel der Kritiker und Gegner, die momentane Förderung aus staatlichen Mitteln abzuschaffen, ließe sich auf diese Weise erreichen. Allerdings würden ohne Förderung einige Lokalfernsehstationen ihren Betrieb sofort einstellen und die anderen höchstwahrscheinlich versuchen, durch Kosteneinsparmaßnahmen bei Produktionsmitteln und Personal ihren Bestand zu sichern.

⁵⁹²Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

Die Folge wäre, dass das Programmangebot hinsichtlich qualitativer und quantitativer Gesichtspunkte deutlich unter dem bestehenden Niveau liegen müsste.

Die lokal/regionalen TV-Sender in Bayern haben sich trotz privater Betreiber, inhaltlich betrachtet, als öffentlich-rechtliche Angebote etabliert, welche die föderale Struktur des bundesweiten ARD-Konzepts in ihren Sendegebieten konsequent weiterentwickeln würden, so Haimerl.⁵⁹³

Ohne finanzielle Förderung ist allerdings anzunehmen, dass sich die Programminhalte zunehmend kommerzialisieren.

Nach Haimerls Ansicht verbieten sich deshalb Rückschritte in der Dichte und Vielzahl der lokalen TV-Angebote

„Die Gefahr einer Ausrichtung der Programme an den Zielen der Werbewirtschaft und der Vernachlässigung redaktionell publizistischer Komponenten sei besonders groß, falls die Anbieter, d. h. die eigentlichen Programmhersteller, überwiegend oder ausschließlich auf Werbeeinnahmen angewiesen seien.“⁵⁹⁴

Der Vorschlag, die Bayerische Verfassung dahingehend zu ändern, den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt durch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien abzuschaffen, kommt daher nicht in Betracht. Auch angesichts der Aussagen von außerbayerischen Lokalfernsehbetreibern, die Prognosen abgaben, sie würden den Sendebetrieb wegen mangelnder Rendite bald wieder einstellen, ist es nicht zu empfehlen, die Bayerische Verfassung zu ändern. Eine Entwicklung in diese Richtung hätte in jedem Fall nur negative Konsequenzen.

Bei der Auswertung der Fragebögen stellte sich ferner heraus, dass es 88,89 Prozent der Befragten als sehr wichtig erscheint, publizistisch wertvolle Beiträge zu produzieren. 11,11 Prozent der Befragten ist es wichtig. Wenn die Sender zukünftig also wirtschaftlich auf eigenen Beinen stehen müssten, würden lediglich 44,44 Prozent in Kauf nehmen, dann überwiegend nur noch werbliche Beiträge zu produzieren. 33,33 Prozent der Befragten gaben an, dass sie den Beruf des Journalisten unter dieser Prämisse niemals fortführen wollen. 22,22 Prozent der Lokalsender würden dies davon abhängig machen, in welchem Umfang weiter journalistisch fundierte oder eben kom-

⁵⁹³Vgl. Haimerl, Norbert: „Globalisierungsoffer oder Subsidiaritätsgewinnler? Lokales und regionales Fernsehen in Bayern unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsproblematik“. In: Nawratil, Ute et al.: „Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner.“, Leipzig, 2002, S. 493

⁵⁹⁴Haimerl, Norbert: „Globalisierungsoffer oder Subsidiaritätsgewinnler? Lokales und regionales Fernsehen in Bayern unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsproblematik“. In: Nawratil, Ute et al.: „Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner.“, Leipzig, 2002, S. 495, S. 500

merzielle Beiträge erstellt werden können. Überdies schätzen 66,67 Prozent der Sender die Bindung ihrer Mitarbeiter an das Unternehmen als „stark“ ein.⁵⁹⁵

33,33 Prozent der Befragten berichten, die Bindung sei schätzungsweise „mittel“. Überraschenderweise beurteilte kein Sender das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter als „sehr stark“.⁵⁹⁶ Höchstwahrscheinlich liegt das ebenfalls an der fehlenden Planungssicherheit der Sender, welche dazu führt, dass die Lokalsender beim Wechsel einer Förderperiode, die zu ihren Ungunsten ausfällt, spontan mit Personalkürzungen reagieren, Personal ohnehin vermehrt nur noch befristet einstellen und Volontäre bzw. Azubis keine Übernahmegarantie aussprechen können. Außerdem operieren die Sender in Bezug auf das Gehaltsniveau ebenfalls teilweise am absoluten Minimum und sogar noch darunter. Zukünftige Konzepte sollten daher vor allem darauf ausgerichtet sein, den Lokalsendern eine dauerhafte Planungssicherheit zu gewährleisten, beispielsweise durch eine langfristig gesicherte Finanzierung, gleich welcher Art. Dann könnten die Sender auch auf wirtschaftlich gesichertem Terrain agieren.

Die lokale und regionale Berichterstattung dem Bayerischen Rundfunk zu übertragen, erscheint ebenfalls nicht empfehlenswert. Erstens zeigen Erfahrungen, dass der BR allem Anschein nach eher nicht gewillt ist, Programmflächen für lokale Nachrichten zu opfern und zweitens wäre der Gebührenzahler durch einen erhöhten Finanzbedarf, den der BR bei der KEF sicherlich anmelden würde, um ein Vielfaches mehr belastet als durch die jetzige staatliche Förderung aus Steuergeldern. Auch der Vorwurf, die Programme der lokalen und regionalen Fernsehanbieter seien qualitativ schlechter als die der Öffentlich-Rechtlichen scheint angesichts der Tatsache, dass sich auch der BR gerne aus dem Nachrichtenpool der Lokalanbieter bedient, unbegründet. Gerade die Tatsache, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk immer mehr Material von Lokalsendern kauft, zeigt doch, dass die Qualität stimmt.⁵⁹⁷ Außerdem müsste bei diesem Modell rechtlich geprüft werden, ob die dann ausschließlich durch den BR vorzunehmende Lokal- und Regionalberichterstattung wegen des öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalts des Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV nicht ein verbotenes Monopol konstituiert und gegebenenfalls gegen Art. 10 EMRK verstößt.

Im Sinne einer pluralistischen Berichterstattung sollte dem BR ergo nicht qua Gesetz vorenthalten bleiben, lokale und regionale Berichterstattung zu betreiben. Eine gesunde Konkurrenz im bayerischen Rundfunkmarkt ist sicher nicht schädlich.

⁵⁹⁵Vgl. Auswertung der Fragebögen: Anlage Nr. 3

⁵⁹⁶Vgl. Ebd.

⁵⁹⁷Vgl. BJVreport Nr. 2, v. 2011, S. 25 und vgl. BR: „Journalist werden“, v. 02.01.12.

URL: <http://www.br.de/unternehmen/inhalt/karriere/ausbildung-journalistisch-volontariat-hospitanz100.html> (Zugriff am 05.05.12 um 14:21 Uhr) und vgl. BLM: „In der bayerischen Politik sind die Lokalen gut aufgehoben“, v. 01.07.08. URL: http://www.blm.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen.cfm?eventPress=press.DisplayDetail&pressrelease_ID=1248 (Zugriff am 02.05.12 um 20:33 Uhr)

Abschließend soll in groben Zügen der Vorschlag diskutiert werden, die bestehende Struktur zu erhalten und komplett aus der Rundfunkgebühr bzw. zukünftig der Haushaltsabgabe zu finanzieren, wie dies beispielsweise in der Schweiz gehandhabt wird. In einem ersten Versuch, den Rundfunkstaatsvertrag dahingehend zu ändern, ist der Freistaat Bayern bekanntlich mit 15:1 Stimmen bei den anderen Bundesländern gescheitert.

Womöglich lag dieses Scheitern an einem zu geringem Engagement der Staatsregierung.

Flieger hingegen vermutet den Grund dafür in dem Umstand, dass die Rundfunkstruktur, wie sie in Bayern vorhanden ist, in anderen Ländern nicht praktiziert wird. Er betont aber auch, dass die BLM den Weg, der damals verfolgt wurde, weiter gehen wird, was bedeutet, eine Sonderlösung für Bayern in den Rundfunkstaatsvertrag aufzunehmen. Wobei natürlich nicht die BLM den ausschlaggebende Part darstellt, sondern die Bayerische Staatsregierung. Es existiert bereits die Idee, für 2017 einen neuerlichen Versuch zu starten. Allerdings mit ganz anderen Mitteln als bisher. Dabei handelt es sich um eine Art Digitalisierungsabgabe, durch die einerseits der Wechsel vom analogen ins digitale Kabel leichter zu schaffen sein soll, andererseits um eine Vielfalt im lokalen Bereich zu erhalten, wobei es den Ländern freigestellt werden soll, wie sie diese Gelder einsetzen wollen. Die BLM würde diese Mittel dann weiter zur Förderung lokaler elektronischer Medien nutzen.

Flieger konstatiert, dass es beim Thema Medienregulierung allen (unabhängig von welcher politischen Seite) wichtig sei, in den kommenden Jahren eine Vielfalt im lokalen Bereich zu erhalten, weil beispielsweise auch die Googles dieser Welt immer stärker ins Lokale eindringen würden. Denen gehe es jedoch nicht um Vielfalt, sondern um Gewinn. Deswegen müsse man die Vielfalt der Lokalen über Modelle wie Digitalfonds, einer digitalen Abgabe usw. erhalten. Darüber hinaus ist sich Flieger sicher, dass man in den nächsten Jahren deutlich mehr Unterstützung bei diesem Vorhaben erfahren wird, als es noch vor zwei Jahren der Fall war. Vom Medienminister der SPD in NRW gäbe es bereits die Zusage, dass er Bayern in der nächsten Runde 2017 unterstützen wird. Auch Sachsen wird den bayerischen Vorschlag 100-prozentig mittragen. Damit hätte man schon drei große, stimmungswichtige Länder mit identischer Interessenlage. Außerdem stimmt Flieger die Zusage des Bayerischen Ministerpräsidenten Seehofer optimistisch, dass Bayern auf jeden Fall wieder einen Versuch starten wird, nur diesmal noch besser vorbereitet. Flieger ist sich sicher, dass es mit dieser Verbreiterung des Modells zur Finanzierung aus der Rundfunkgebühr eine ganz gute, reelle Chance gibt, dass beispielsweise so eine Digitalisierungsabgabe eingeführt wird. Am Finanziellen sollte es nicht scheitern, woraus Flieger schließt, aus Sicht der BLM wäre eine Finanzierung aus der Haushaltsabgabe die beste Lösung des Problems.⁵⁹⁸

⁵⁹⁸Vgl. Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12

9.4 Zusammenfassung

Resümierend lässt sich feststellen:

Eine Reduktion des Programmvolumens der bayerischen Lokalsender auf 30 Minuten ist nicht zu empfehlen. Gerade das originäre Programm mit lokalem Bezug impliziert den Unique-Selling-Point der bayerischen Lokalsender. Die lokale Nähe im Programm wirkt als ausschlaggebender Faktor auf die Zuschauerakzeptanz und Zuschauerbindung. Hier würden Kosten an der falschen Stelle gespart. Ganz im Gegenteil ist deshalb eine Ausweitung des originären Programmvolumens anzustreben.

Die Realisierung eines Regionalfernsehkonzpts auf Regierungsbezirksebene wäre abzuwägen. An dieser Stelle empfiehlt sich eine neuerliche Erhebung der Wirtschaftlichkeit aller bayerischen Lokalsender sowie eine auf Grund dessen aktuelle Prüfung der Durchführbarkeit dieses Konzepts. Beim Modell „7+2“, sprich sieben Oberzentren in den Regierungsbezirken plus Erhalt der Ballungsraumsender in München und Nürnberg, könnte der Freistaat Bayern weiterhin flächendeckend mit lokalem Fernsehen versorgt werden. Notwendigerweise vorausgesetzt, dass die übrigen Lokalsender nicht liquidiert werden, sondern dann beispielsweise als Redaktionsbüros bzw. Regionalstudios im Sinne von Zulieferern für die Oberzentren fungieren. Die Präsenz vor Ort mit einem Geschäftsführer ist für die Akquirierung lokaler Werbeeinnahmen unumgänglich. Auch müssten lokale Fenster im Hauptprogramm integriert werden, da sonst zweifelsohne das Alleinstellungsmerkmal, die örtliche Nähe, völlig verloren geht. Sicherlich hat man damit zu rechnen, dass die lokale Berichterstattung abnimmt, aber andererseits könnte durch ein Regierungsbezirksfernsehen eine einheitlichere Marke des Lokal- bzw. Regionalfernsehens in Bayern geschaffen werden. Außerdem wären dadurch weniger Satellitentransponder nötig, was zur Senkung der Distributionskosten beitrüge. In welcher Höhe weitere Kosten für die technische Infrastruktur gespart werden könnten, müsste noch einmal detailliert recherchiert werden. Eventuelle einmalige Anlaufkosten sind natürlich auch zu berücksichtigen, spielen aber im Vergleich zur Kostenersparnis der laufenden Kosten eine untergeordnete Rolle.

Des Weiteren wäre zu prüfen, ob es sinnvoll erscheint, die Verbreitungsgebiete auf die tatsächlichen Regierungsbezirke zuzuschneiden, da sich im Laufe der Zeit eigene Kommunikationsräume, unabhängig von Landkreis- oder Bezirksgrenzen, anhand von gewachsenen Wirtschaftsräumen sowie landsmannschaftlicher Zugehörigkeit gebildet haben. Es bliebe daher zu eruieren, welche Kommunikationsräume sich auf Grund dessen am besten zusammenschließen lassen bzw. wo dies völlig unmöglich ist, um ein Höchstmaß an Zuschauerbindung und –akzeptanz zu erhalten, denn Letztere bedingt die Marktanteile und diese wiederum die Werbeeinnahmen.

Aus Erfahrungen mit Sendern, die bereits jetzt als „Regionalsender“ fungieren und ein Sendegebiet von der Größe bzw. annähernd der Größe eines Regierungsbezirks bedienen zeigt sich, dass diese teilweise schon Schwierigkeiten haben, das Programm

mit lokaler Berichterstattung überhaupt zu füllen. Dieses Problem würde durch die Produktion eines Gesamtprogramms in einem „Oberzentrum“ und die Zulieferung von lokalen Beiträgen aus ca. drei bis vier „Lokalstudios“ gelöst. Außerdem ist es durchaus vorstellbar, dass nach einer gewissen Anlaufphase das originäre Programmvolumen eines Regionalsenders auch ausgeweitet werden kann.

Aber dabei handelt es sich lediglich um Spekulationen. Die Realisierungschancen eines Regionalfernsehkonzpts auf Regierungsbezirksebene und die Kosten, die dabei eventuell gespart werden können, sowie mögliche zukünftige Entwicklungen bedürften noch einmal einer eingehenden Analyse und Bewertung auf der Grundlage aktueller Zahlen und Gegebenheiten. Auch wie sich die bisherige Lokalfernsehstruktur verändern würde (beispielsweise bezüglich der Mitarbeiterzahl) müsste damit ins Verhältnis gesetzt werden. Nicht zu vergessen, dass auch bei einem Regionalfernsehkonzpt die technische Infrastruktur, wie beispielsweise die Kosten für die digitale Satellitenverbreitung weiterhin gefördert werden müssten.

Ganz unabhängig davon ist überdies von der BLM zu prüfen, wie sich die Distributionskosten ganz allgemein weiter optimieren lassen können. Statt der Signalführung über die bisherigen teuren TV-Festverbindungen könnte auf kostengünstigere DSL-Leitungen ausgewichen werden. Dadurch wäre sogar ein Austausch der einzelnen Sender untereinander möglich. Der einzige Nachteil liegt dabei in der fehlenden Live-Fähigkeit, die jedoch zu verschmerzen wäre. Aber auch hier ist eine Analyse auf Grund aktueller Zahlen und Gegebenheiten notwendig, um sinnvolle Aussagen treffen zu können.

Den in Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV festgelegten öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt abzuschaffen und damit im Freistaat ein „echtes“ duales Rundfunksystem einzuführen, ist nicht zu empfehlen. Ohne Förderung müssten sich die Sender an rein ökonomischen Marktprozessen orientieren. Das hätte zur Folge, dass die Sender überwiegend kommerzielle Programme mit viel mehr werblichen Inhalten produzieren würden, um am Markt überhaupt bestehen zu können. Dadurch könnten wahrscheinlich weder Rücklagen noch Gewinne gebildet werden, weil die Sender am absoluten Existenzminimum operieren würden. Somit fehlt jegliche Planungssicherheit, wodurch die Lokalsender, wie die Beispiele außerbayerischer Sender beweisen, bestenfalls noch als Hobby betrieben und wegen mangelnder Rendite irgendwann ganz eingestellt werden müssten. Dies kann nicht das Ziel jahrelanger Aufbauarbeit sein.

Der Vorschlag, lokales Fernsehen in Bürgermedien umzuwandeln, kann ebenfalls nicht umgesetzt werden. Im Hörfunkbereich ist dies auf Grund erheblich geringerer Produktionskosten durchaus vorstellbar. Im Fernsehbereich wären die Sender aber trotzdem auf Zuschüsse angewiesen. Da die Mitarbeiter dort ehrenamtlich arbeiten, bietet dieses Modell keine echte Alternative für ausgebildete Journalisten. Jeder, der möchte, kann dort seine Beiträge einbringen. Weil es diesen durchaus engagierten Amateuren aber an der nötigen journalistischen Ausbildung fehlt, wie beispielsweise im Bereich Medien-

recht, Jugendschutz usw. (z. B. wen darf ich wo überhaupt filmen und wen nicht?), muss immer ein ausgebildeter Journalisten oder Redakteur in der Letztverantwortung die Beiträge abnehmen. Durch diese Zeitverzögerung ist es oft nicht möglich, ein tagesaktuelles Programm zu produzieren. Bei Betrachtung dieser Hindernisse stellt sich jedenfalls heraus, dass dieses Konzept nur einen Rückschritt in der bisherigen Entwicklung bedeuten würde. Die Programme lägen in qualitativer und quantitativer Hinsicht extrem weit unter den heutigen Standards.

Auch eine Übertragung der lokalen und regionalen Berichterstattung an den BR wäre nicht anzuraten. Im Endeffekt würde diese Variante mehr Kosten verursachen als effektiv gespart werden können. Die Gegner des aktuellen bayerischen Rundfunksystems kritisieren in erster Linie die staatliche Förderung der lokalen Fernsehstationen. In Anbetracht der Situation, dass beim WDR, der als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt die Lokalberichterstattung in sein Programm integriert hat, dafür Kosten in Höhe von über 130 Millionen Euro pro Jahr⁵⁹⁹ entstehen, während es bei den bayerischen Lokalsendern insgesamt und pro Jahr nur knapp 45 Millionen Euro sind (Stand: 2010), scheint dieser Vorschlag von den Kritikern nicht ausreichend durchdacht. Auch das Argument, der öffentlich-rechtliche Rundfunk produziere qualitativ hochwertigere Beiträge im Vergleich zu den Lokalsendern kann angesichts der Tatsache, dass sich der BR selbst gerne aus dem Pool lokaler Nachrichten bedient, völlig ausgehebelt werden. Insgesamt geht dieser Vorschlag am Ziel, staatliche Subventionen für bayerische Lokalsender zu streichen, rundweg vorbei und ist deshalb nicht umzusetzen.

Insgesamt kann also festgestellt werden, sollte es das vorrangige Ziel sein, auf eine wirtschaftliche Tragfähigkeit bayerischen Lokalsender ohne eine finanzielle Förderung hinzuwirken, sich nur zwei Möglichkeiten herauskristallisieren, die in Anbetracht aller Umstände als wirklich sinnvoll erscheinen.

Zum einen wäre die Umstrukturierung auf ein Regionalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene eine genauer abzuklärende Option, zum anderen bestünde die Möglichkeit, die bestehende Struktur, so wie sie sich aktuell darstellt, zu erhalten und, statt aus staatlichen Mitteln, durch einen erhöhten Anteil an der Rundfunkgebühr zu fördern, vorausgesetzt der geplante Versuch, den Rundfunkstaatsvertrag 2017 zu ändern, zeigt Erfolg.

Bei beiden Varianten sind aber die in dieser Arbeit genannten, sonstigen Optimierungsmöglichkeiten durchzuführen.

Letztendlich kristallisiert sich heraus, dass viele Vorschläge, die staatliche Förderung zu umgehen, nur einen Rückschritt in der bisherigen Entwicklung der bayerischen Lokalsender darstellen. Stattdessen sollte eine Weiterentwicklung des aktuellen Systems

⁵⁹⁹Vgl. Schneider, Siegfried, Präsident der BLM: Mündliche Mitteilung v. 05.05.12

angestrebt werden. Durch eine minimale Erhöhung der Rundfunkgebühr (bzw. ab 2013 Haushaltsabgabe) in Bayern um ca. 15 bis 20 Cent pro Haushalt könnte die komplette bayerische Lokalrundfunkstruktur mitfinanziert werden. Würde diese Möglichkeit im Rundfunkstaatsvertrag eröffnet, könnten auch andere Länder davon profitieren. Mit ihrem Programmauftrag, dem öffentlich-rechtlichen ähnlich, erfüllen die bayerischen Lokalfernsehstationen in ihrem Versorgungsgebiet eine Grundversorgung. Der BR produzierte beispielsweise in 2010 keine einzige Minute regionales Programm. Alleine vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird die Bevölkerung also nicht mit lokalen und regionalen Informationen versorgt. Die Lokalsender leisten mit ihrem Programm deshalb einen wichtigen Beitrag zur Meinungsvielfalt in Bayern. Ein Anspruch der einzelnen privaten Anbieter auf funktionsgerechte Finanzierung besteht, wie bereits erwähnt, nicht. Aber die jeweils zuständige Landesmedienanstalt kann diesen Anspruch geltend machen. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben erhält sie einen Anteil aus dem Aufkommen der Rundfunkgebühr.

Diesen Anteil zu erhöhen, um die Lokalsender künftig alleine aus der Rundfunkgebühr zu finanzieren, scheint deshalb die sinnvollste Lösung zu sein. Das bayerische System könnte dann auf jedes andere Bundesland übertragen werden und auf diese Weise lokales Fernsehen flächendeckend über das ganze Bundesgebiet etablieren.

Immerhin ist mit der Ausweitung auf zehn Satellitenkanäle ab 2013 mit zusätzlich originärem Programmvolume usw. ein weiterer Schritt unternommen worden, das bestehende System weiterzuentwickeln.

„Es ist nicht genug zu wissen - man muss auch anwenden. Es ist nicht genug zu wollen - man muss auch tun.“

Johann Wolfgang von Goethe

Wie sich die bayerische Lokalfernsehstruktur in Zukunft allerdings darstellen wird, ob weiter eine Förderung zur Verfügung steht und vor allem aus welchem Topf diese fließen soll, hängt am Ende aber immer nur von politischen Entscheidungen ab. Die Staatsregierung und der Landtag haben es als Gesetzgeber in der Hand, wie die Weichen für eine zukünftige Entwicklung gestellt werden sollen.

10 Fazit

„Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.“

Albert Einstein

Der Titel dieser Bachelorarbeit lautet:

„Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern –
zwischen Existenzminimum und Grundversorgungsauftrag
Zur Debatte um die finanzielle Förderung“

Zunächst wurde deswegen geklärt, wie sich das bayerische Lokalrundfunkmodell geschichtlich und rechtlich entwickelte. Anschließend erfolgte eine Einordnung vor politischen und gesellschaftlichen Hintergründen. Eine Darstellung der wirtschaftlichen Situation bewies: Im bestehenden System ist es den Lokal-TV-Anbieter ohne Förderung nicht möglich, kostendeckend zu arbeiten. Sie operieren am Existenzminimum. Bei der Rechtmäßigkeitsprüfung des aktuellen Systems konnten alle Kritikpunkte geklärt und zu einem adäquaten Ergebnis gebracht werden. Dabei wurde festgestellt: Die bayerischen Lokalsender erbringen in ihrem Versorgungsgebiet mit ihren Angeboten lokaler und regionaler Information durchaus eine Grundversorgung, wobei die BLM als Programmveranstalterin und Letztverantwortliche faktisch alleinige Adressatin des Grundversorgungsauftrages ist. Abschließend wurden verschiedene Vorschläge dahingehend analysiert und diskutiert, wie die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern aussehen könnte. In diesem Zusammenhang kristallisierte sich heraus: Nach Prüfung aller Kriterien bleiben nur noch drei Varianten übrig, die als realistisch und umsetzbar erscheinen. Allerdings kann dabei eine finanzielle Förderung nicht umgangen werden. Sie ist weiterhin und dauerhaft notwendig.

10.1 Zusammenfassung

Grundlegendes zur Einordnung der Förderung

Während bereits 1984 mit der Zulassung des ersten bundesweiten privaten Vollprogramms in Deutschland das duale Rundfunksystem geschaffen wurde, also öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander bestehen, war dieser Weg für den Freistaat Bayern längst verhindert. Nachdem der damalige CSU-Vorsitzende Franz-Josef Strauß privaten Rundfunk in Bayern etablieren wollte, um der Politik mehr Einfluss auf das Medium Fernsehen einzuräumen, bildete sich eine Gegenbewegung, die diesen Plan mit einem Volksbegehren verhindern konnte. 1973 wurde die Bayerische Verfassung um den Art. 111 a ergänzt, der in Abs. 2 Rundfunk in

Bayern nur in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft gestattet.

Entgegen den Vorstellungen dieser Gegenbewegung war privater Rundfunk dennoch möglich, und zwar unter dem Dach einer Anstalt des öffentlichen Rechts – der BLM.

Diese nahm 1985 erstmals ihre Tätigkeit auf.

Im Jahr 1986 ließ die BLM die ersten Pilotprogramme für lokales Fernsehen in Freising und Ingolstadt zu – der Startschuss für das private Lokalfernsehen in Bayern. Weil von Anfang an feststand, dass sich lokales Fernsehen nur sehr schwer selbst wirtschaftlich tragen kann, wurde zeitnah ein Instrument zur finanziellen Unterstützung der lokalen Fernsehsender notwendig. Der Medienrat der BLM verabschiedete deshalb noch im selben Jahr die Teilnehmerentgeltsatzung.

Das Teilnehmerentgelt wurde zunächst direkt von den Kabelanschlusshabern erhoben. Später erfolgte die Umwandlung in ein Betreiberentgelt, wobei die Kabelnetzbetreiber ein Entgelt an die BLM entrichten mussten. Diese gab die Mittel dann an die Anbieter weiter. Der Netzbetreiber wiederum legte die Summe auf die Kabelanschlusshaber um.

Im Laufe der Jahre verringerte sich das Teilnehmerentgelt je Wohneinheit von anfangs 3,30 DM auf letztlich nur noch 30 Cent in 2007.

Allerdings hatte bereits 1998 der Inhaber eines Kabelanschlusses Verfassungsbeschwerde beim Bundesverfassungsgericht eingelegt, nachdem ihn das zuständige Amtsgericht zur Zahlung des Teilnehmerentgelts verurteilt hatte.

Das Bundesverfassungsgericht hat deshalb in seiner Entscheidung vom 26.10.06 das Teilnehmerentgelt in seiner gesetzlichen Ausgestaltung für verfassungswidrig erklärt. Theoretisch hätte es genügt, dass der Bayerische Gesetzgeber die gesetzliche Grundlage für die Erhebung des Teilnehmerentgelts, das BayMG, so umformuliert, dass inhaltlich den Anforderungen, die das Bundesverfassungsgericht gestellt hat, Genüge geleistet wird.

Der Landtag entschied sich aber anders und forderte die Staatsregierung mit Beschluss vom 27.07.07 auf, einen Gesetzesentwurf zur Neuregelung der finanziellen Förderung von lokalen Fernsehsendern in Bayern ab 2008 vorzulegen.

Die Förderung aus dem Teilnehmerentgelt endete daher am 31.12.07.

Übergangsweise erfolgte die weitere Förderung zunächst von 2008 bis einschließlich 2009 aus dem bayerischen Staatshaushalt. Übergangsweise deshalb, weil von Seiten

der Staatsregierung in der Zwischenzeit der Versuch unternommen wurde, die Förderung der lokalen Fernsehsender in Bayern aus Gebührenmitteln anzustreben. Für solch eine Änderung des Rundfunkstaatsvertrages ist jedoch die Zustimmung aller Bundesländer notwendig. Der Freistaat scheiterte bei diesem Vorhaben allerdings mit einem Stimmergebnis von 15:1. Nachdem dieser Versuch also misslang, wurde die bestehende Regelung – die Förderung aus dem Staatshaushalt – bis zum 31.12.12 verlängert.

Der Gesetzesentwurf der Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes sah ein sukzessives Absenken der Mittel von 9 Millionen Euro im Jahr 2010 auf 7 Millionen Euro im Jahr 2011 und 5 Millionen Euro im Jahr 2012 vor. Um die degressiv gestaltete Förderung abzufedern, sollte die BLM aus ihrem Stammhaushalt ebenfalls einen Beitrag von 0,5 Millionen Euro im Jahr 2010, 1 Million Euro in 2011 und 2 Millionen Euro in 2012 leisten.

Beachtet man allerdings die Haushaltssperre (wegen Sparmaßnahmen im bayerischen Staatshaushalt) von 10 Prozent, stehen insgesamt, den Anteil der BLM mit eingerechnet, für 2010 lediglich 8,6 Millionen Euro zur Verfügung, 2011 sind es 7,3 Millionen Euro und für 2012 bleiben schließlich noch 6,5 Millionen Euro übrig.

In der aktuellen Situation tritt allerdings der Art. 23 BayMG über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten (siehe Fußnote) mit Ablauf des 31.12.12 außer Kraft.

Eine Entscheidung, ob bzw. in welcher Höhe und aus welchen Mitteln es zukünftig eine Fortführung der Förderung geben wird, ist bislang noch nicht gefällt worden.

Allerdings wurde die Staatsregierung per Landtagsbeschluss vom 09.06.11 dazu aufgefordert, ein Zukunftskonzept für das bayerische Lokalfernsehen zu entwerfen, mit dem Ziel, die lokalen und regionalen Fernsehangebote in Bayern auch nach 2012 zu sichern.

Auch die wichtigsten Interessensvertretungen der lokalen Rundfunkanbieter, der VBL und die VBRA, ergriffen daraufhin die Initiative und entwarfen ein Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern.

Am 14.02.12 legte schließlich Medienminister Thomas Kreuzer das Konzept dem Ministerrat vor, welcher dieses zunächst gebilligt hat. Das Konzept sieht eine Fortführung der Förderung aus staatlichen Mitteln von 2013 bis einschließlich 2016 vor. Allerdings sollen zukünftig nur noch die Kosten für die technische Distribution gefördert werden und nicht mehr wie bisher auch Kosten für die Programmherstellung.

Dieses Konzept sieht bereits im Nachtragshaushalt in diesem Jahr eine Erhöhung der staatlichen Förderung des Lokalfernsehens um 2 Millionen Euro auf 7 Millionen Euro

vor. Außerdem ist geplant, die staatliche Förderung 2013 auf 8 Millionen Euro aufzustocken und von 2014 bis 2016 auf jeweils 10 Millionen Euro pro Jahr.

Mit einem Beschluss des Landtags in dieser Sache wird jedoch nicht vor Herbst 2012 gerechnet. Solange kann deshalb nur spekuliert werden.

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien ist für die Zulassung sowie Aufsicht der Anbieter von Rundfunkprogrammen und der Sicherung und Verteilung der technischen Übertragungswege zuständig.

Auf der Grundlage des BayMG kann die BLM private Anbieter mit der öffentlichen Aufgabe betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichgewichtiger Weise zum Ausdruck zu bringen. Genehmigungen werden in der Regel auf acht Jahre erteilt. Die BLM erhält als Erstempfänger Mittel aus dem Staatshaushalt, die sie dann in eigener Verantwortung an die Zuwendungsberechtigten weiterleitet. Des Weiteren leistet die BLM aus ihrem eigenen Haushalt verschiedene, antragsbezogene Förderungen. Ferner kontrolliert die BLM die Programminhalte der betrauten Anbieter regelmäßig durch Stichproben.

Durch diese Befugnisse der BLM: Zulassung, Aufsicht und Sicherung soll eine flächendeckende Versorgung Bayerns mit qualitätvollen, lokalen Fernsehprogrammen sichergestellt und ein wichtiger Beitrag zur Meinungsvielfalt geleistet werden.

Zur Erfüllung dieser Aufgaben erhält die BLM rund 2 Prozent aus den Rundfunkgebühren in Bayern. In 2012 stellte dies eine Summe in Höhe von 22,2 Millionen Euro dar. Außerdem erhielt die BLM in 2012 rund 4,2 Millionen Euro aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL und Sat.1. In 2012 flossen die Mittel aus dem Haushalt der BLM unter anderem

- mit 1,4 Millionen Euro in die Programmförderung,
- mit 2,2 Millionen Euro in die Förderung technischer Infrastruktur,
- mit 3,7 Millionen Euro in die Förderung nach Art. 23 BayMG – Technische Verbreitungskosten und
- mit 0,8 Millionen Euro in die Förderung nach Art. 23 BayMG – Programmherstellungskosten.

Dieses Geld steht dabei direkt den Anbietern zu.

Für die Durchführung der Aufgaben werden für die BLM stellvertretend verschiedene Organe tätig. Zu den wichtigsten gehören der Medienrat, der Verwaltungsrat und der Präsident. Seit 01.10.11 bekleidet Siegfried Schneider das Amt des Präsidenten der BLM.

Die Positionen zur bayerischen Lokalfernsehstruktur sind klar verteilt. Die Staatsregierung, bestehend aus CSU und FDP, sowie die Fraktionen SPD und Freie Wähler setzen sich für den Erhalt der bayerischen Fernsehstationen sowie die Fortsetzung deren finanzieller Förderung ein. Auf der Seite der Unterstützer finden sich selbstredend auch die Verbände VBL, VBRT und VBRA wieder.

Als Kritiker des Systems treten vor allem die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen, der ORH sowie einzelne Stimmen im Schrifttum in Erscheinung.

Auch die bayerischen Zeitungsverlage äußerten bereits Bereitschaft, die bayerischen Lokalfernsehsender in Form von Beteiligungen zu unterstützen. Allerdings fordern die Verlage damit den Zusammenschluss in Medienhäusern, die Vergrößerung der bisherigen Verbreitungsgebiete und einen erheblichen Einfluss auf Programmgestaltung und Distribution. Vom rechtlichen Standpunkt aus verhindert jedoch bislang das BayMG Mehrheitsbeteiligungen von Zeitungsverlagen an lokalen Fernsehstationen. Eine Öffnung dieser Klausel ist allerdings nicht zu empfehlen, da dadurch die Gefahr der Bildung einer vorherrschenden Meinungsmacht entsteht.

Grundlegendes zur wirtschaftlichen Lage der lokalen TV-Sender in Bayern

Aktuell gibt es in Bayern 16 lokale Fernsehsender, wovon zwei, in München und Nürnberg, als Ballungsraumsender bezeichnet werden können. Außerdem sind von der BLM weitere neun Spartenanbieter lizenziert.

In 2011 empfangen 44,7 Prozent der Fernsehhaushalte ihr Lokalprogramm über Kabel (analog und digital), 49,7 Prozent über Satellit (analog und digital), 4 Prozent über DVB-T und 1,5 Prozent über DSL.

Alle 16 Lokal-TV-Anbieter produzieren ein originäres Programm von mindestens 30 Minuten Dauer sowie ein lokales Fenster, das auf RTL gesendet wird.

Betrachtet man die Marktanteile der Lokalprogramme von Montag bis Freitag von 18:00 bis 18:30 Uhr im RTL-Fenster, stellt sich heraus, dass diese im Durchschnitt mit 15,6 Prozent noch vor ZDF, BR, ProSieben, ARD, Sat.1, VOX, RTL II, Kabel eins und Super RTL liegen. Dies belegt ganz deutlich die Bedeutung der bayerischen Lokalprogramme.

79 Prozent der Stammseher von Lokalprogrammen gaben an, sie würden ihr Lokalfernsehen vermissen, wenn es eingestellt werden sollte. Beim WSK waren es immer noch 64 Prozent der Befragten.

Die von der BLM und der Bayerischen Staatsregierung in Auftrag gegebene Studie „Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern“, durchgeführt von der Goldmedia GmbH in 2006, stellt die letzte detaillierte Erhebung der Einnahmen- und Kostenentwicklung der lokalen Fernsehsender in Bayern dar. Durch die Auswertung von Fragebögen, die an alle bayerischen Lokal-TV-Stationen verschickt

wurden, konnten eine aktuellere Veranschaulichung ihrer wirtschaftlichen Situation sowie ein Vergleich zur Erhebung aus 2005 erfolgen.

Dabei lieferten die Resultate, dass

- sich der Kostendeckungsgrad in 2011 verglichen mit 2005 um 11 Prozentpunkte verschlechterte,
- sich die Werbeeinnahmen um 4,55 Millionen Euro verringert haben,
- die Einnahmen aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen in 2011 um rund 4 Millionen Euro gestiegen sind,
- sich die sonstigen Einnahmen um ca. 1 Million Euro erhöht haben,
- die Einnahmen aus Finanzierungsbeitrag und Ablösesumme annähernd gleich geblieben sind,
- sich die Einnahmen aus Fördermitteln im Vergleich von 2005 zu 2011 nicht verändert haben,
- die Technikkosten insgesamt um rund 1 Million Euro gesenkt werden konnten,
- die Personalkosten weiterhin bei 50 Prozent der Gesamtkosten liegen und
- die sonstigen Kosten um rund 3 Millionen Euro gesenkt werden konnten.

Insgesamt stellte sich 2011 die wirtschaftliche Situation demnach schlechter dar als noch sechs Jahre zuvor. Dies liegt vornehmlich daran, dass die Fördermittel sukzessive abgesenkt wurden, obwohl die Kosten, vor allem im Bereich der Distribution, kontinuierlich gestiegen sind. Des Weiteren ist die verschlechterte wirtschaftliche Situation auf einen rückläufigen Werbemarkt sowie die Wirtschafts- und Finanzkrise in den letzten Jahren zurückzuführen.

Nichtsdestotrotz wurden in der Zwischenzeit verschiedene Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ergriffen.

Zum einen sind von der BLM die Sendegebiere optimiert worden. Das heißt, pro Versorgungsgebiet ist jetzt nur noch ein Anbieter lizenziert, der sowohl das originäre Programm als auch das RTL-Fenster produziert. Zuvor bedienten teilweise mehrere Anbieter die Kabelhaushalte mit Programmteilen. Dadurch machten sie sich selbst Konkurrenz, was die wirtschaftliche Situation aller Anbieter gefährdete.

Durch den Abbau von Doppelgenehmigungen konnten so stärkere Wirtschaftsräume für die jeweiligen Lokal-TV-Anbieter sowie eine bessere Übersichtlichkeit über das Programmangebot für die Fernsehzuschauer erreicht werden.

Um die lokalen Fernsehprogramme bzw. ihre Werbezeiten gemeinsam besser regional und national vermarkten zu können, gründete sich die TV Bayern GmbH. Anfangs wirtschaftlich wenig erfolgreich, hat TV Bayern heute ein Niveau erreicht, das als rentabel und stabil bezeichnet werden kann. Darüber hinaus ist ab 2013 eine gemeinsame überregionale bundesweite Vermarktung geplant, um dadurch weitere Werbeeinnahmen zu generieren.

Ferner gilt einem beabsichtigten Ausbau der technischen Reichweite die Aufmerksamkeit. Seit 30.04.12, der Analogabschaltung des Satellitensignals, werden die bayerischen Lokalprogramme auf sechs Kanälen verbreitet (zuvor waren es vier Satellitenkanäle). Ab 01.01.2013 ist eine Erweiterung auf zehn Satellitenkanäle vorgesehen. Dadurch steigen die Kosten auf 10 Millionen Euro. Vor dem 30.04.12 betrugen die Satellitendistributionskosten ca. 2,3 Millionen Euro. Davon förderte die BLM allerdings 2 Millionen Euro. 200.000 Euro brachte alleine münchen.tv auf, sodass sich nur noch 100.000 Euro auf die verbleibenden 15 Sender verteilen. Allerdings soll dadurch auch die technische Reichweite steigen. Durch die Verbreitung via DVB-S, DVB-T, DSL sowie analoges und digitales Kabel wird eine technische Reichweite von 100 Prozent angestrebt. Infolgedessen erwartet die BLM auch eine Erhöhung der Werbeeinnahmen von insgesamt 14 Millionen auf 22 Millionen Euro. Die Zuschauerzahl steigt Prognosen zufolge gleichsam von aktuell 830.000 Zuschauern täglich auf 1,4 Millionen Zuschauer pro Tag.

Mit der Abschaltung der analogen Kabelverbreitung ist schätzungsweise erst zwischen 2015 und 2018 zu rechnen. In 2011 lag der Digitalisierungsgrad im Kabel noch bei 34,4 Prozent. Viele Anbieter bezeichnen die simultane Ausstrahlung im Kabel als Verschwendung von Ressourcen, da digital mehr Bandbreite zur Verfügung steht. Solange die Mehrheit der Kabelhaushalte ihr Fernsehsignal allerdings noch analog empfängt, würde eine Abschaltung nur zu Lasten der technischen Reichweite erfolgen.

Die BLM sowie die Lokal-TV-Anbieter selbst unternahmen in den letzten Jahren umfangreiche Einnahmen- und Kostenoptimierungen. Goldmedia kam in ihrer Studie von 2006 zu dem Schluss, dass die Lokalsender bereits am absoluten Kostenminimum operieren. Das heißt, weitere Optimierungen können nur auf der Einnahmenseite, spezieller im Bereich der Werbeeinnahmen, vorgenommen werden. Jedoch ist das Einnahmenpotenzial in der bestehenden Situation nahezu ausgeschöpft. In einem begrenzten Versorgungsgebiet wurden alle potenziellen Werbekunden bereits mehrfach angesprochen, sodass keine weiteren Werbekunden akquiriert werden können. Werbepreiserhöhungen sind zudem nur schwer durchführbar, da mittlerweile das Maximum an Werbepreisen oftmals bereits erreicht ist.

Auf der anderen Seite können keine weiteren Ausgaben gekürzt werden, da dies jedenfalls nur eine Reduktion des originären Programmvolumens oder eine Abwendung zu mehr kommerziellen und werblichen Programminhalten zur Folge hätte. Dabei ist zu beachten, dass den lokalen Fernsehanbietern das BayMG einen strikten Programmauftrag mit genau festgelegten Werbezeiten vorschreibt. Mehr Werbung als jetzt gesendet werden darf, erlauben die gesetzlichen Vorschriften nicht.

Zusammenfassend lässt sich also feststellen: Alle bayerischen Lokalfernsehsender arbeiten am absoluten Kostenminimum. Jedoch generieren sie zu wenige Werbeeinnahmen, als dass sie ohne Förderung kostendeckend wirtschaften können.

Neue Erlöspotenziale könnten beispielsweise in den Bereichen neuer Übertragungsplattformen liegen. In einer weiteren Studie berechnete Goldmedia, dass spätestens 2016 jeder zweite Haushalt seinen Fernseher an das Internet angeschlossen haben wird. Durch HbbTV-Anwendungen mit „red-button“-Funktion für Mediatheken, Live-Streaming-Angebote usw. könnten die lokalen Fernsehanbieter ihr Programm hin zu einer 24-Stunden-Präsenz verlängern. Hierdurch, so Goldmedia, wäre die Möglichkeit gegeben, ab 2016 zusätzliche Werbeeinnahmen in Höhe von insgesamt 930.000 Euro zu generieren.

Der Bereich „Mobile-TV“ könnte in Zukunft ebenfalls neue Erlöspotenziale bieten. Allerdings müssten dazu zunächst die Geschäftsmodelle zur Refinanzierung der Infrastruktur- und Programmkosten so optimiert werden, dass sowohl für den Anbieter als auch den Nutzer ein echter Mehrwert entsteht.

Es ist dringend zu empfehlen, in diesem Bereich tätig zu werden, um neue Erlösquellen zu erschließen, da bereits jetzt 49 Prozent der Zuschauer Second Screens statt des Fernsehers zur Nutzung von TV-Inhalten gebrauchen.

Überraschenderweise spielt für 66,67 Prozent der befragten Lokal-TV-Anbieter IPTV zukünftig ebenfalls eine wichtige Rolle, obwohl sie diesen Übertragungsweg selbst finanzieren müssen.

Grundlegendes zur Rechtmäßigkeit der staatlichen Förderung von lokalen TV-Sendern in Bayern

Bei der Rechtmäßigkeitsprüfung unter anderem des Gutachtens „Rechtmäßigkeit der Lokalfunkfinanzierung in Bayern“, das von den Grünen im Bayerischen Landtag in Auftrag gegeben wurde, konnten mit Hilfe des Experteninterviews mit Rupert Stettner folgende Schlüsse gezogen werden:

- Der in Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV festgelegte öffentlich-rechtliche Trägerschaftsvorbehalt ist mit höherrangigem Recht vereinbar. Er verstößt nicht gegen Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG und ebenso wenig gegen die Art. 49 und 56 AEUV. Auch liegt dadurch kein verbotenes öffentlich-rechtliches Monopol vor und insofern auch kein Verstoß gegen Art. 10 EMRK.
- Ein Grundversorgungsauftrag ergibt sich nur für die BLM, nicht jedoch gegenüber den privaten TV-Anbietern.
- Das Gebot der Staatsferne wird durch eine Finanzierung aus dem Staatshaushalt nicht beeinträchtigt. Vor allem dadurch, dass zukünftig nur noch die technischen Distributionskosten von der Förderung aus staatlichen Mitteln betroffen sind und nicht mehr die Programmherstellungskosten, kann ein staatlicher Einfluss auf das Programm vollends ausgeschlossen werden.
- Laut Stettner liegt keine verbotene Beihilfe nach Art. 107 AEUV vor, wodurch eine Prüfung von diesbezüglichen Ausnahmetatbeständen überflüssig er-

scheint. Jedoch kann eine solche theoretische Prüfung in jedem Falle nur eine Ausnahme bestätigen. So kann beispielsweise eine Ausnahme nach der Altmarkt-Trans-Rechtsprechung vorliegen, da alle dafür notwendigen Kriterien durch die aktuelle Situation erfüllt werden. Eine Verfälschung des Wettbewerbs durch das bayerische Rundfunkmodell liegt nicht vor. Demnach ist die aktuelle Rechtslage mit dem europäischen Wettbewerbsrecht vereinbar.

- Eine Finanzierungsverantwortung des Staates kann nur gegenüber der BLM festgestellt werden, da sie Adressatin des Grundversorgungsauftrages ist und die Letztverantwortung über das Programm inne hat sowie im Abwägungsfall trotz des zu empfehlenden „schonenden Ausgleichs“ eine gewichtigere Grundrechtsposition als die privaten Anbieter einnimmt. Eine Finanzgarantie gegenüber den privaten lokalen TV-Anbietern liegt nicht vor. Somit haben diese im Gegensatz zur BLM auch keinen Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung. Die BLM hingegen kann diesen Anspruch sogar rechtlich einklagen. Den Gesetzgeber trifft zwar verfassungsmäßig keine Verpflichtung, die BLM mit der Aufgabe zu lokalem Fernsehen zu betrauen, nimmt er sie aber wahr, erwächst aus ihr die Pflicht zur adäquaten Finanzausstattung.
- § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG verpflichtet die BLM gesetzlich zur Leistung finanzieller Mittel aus ihrem eigenen Haushalt, um das sukzessive Absenken der Fördermittel für lokales Fernsehen abzufedern. Damit greift der Gesetzgeber in nicht rechtmäßiger Weise in den verfassungsrechtlich geschützten Autonomiebereich der BLM ein. Diese Vorschrift stellt einen Verstoß gegen das Selbstverwaltungsrecht der BLM dar und sollte deshalb geändert werden. Auch für die geplante zukünftige Förderung ab 2013 ist zu empfehlen, eine diesbezüglich geartete Vorschrift nicht weiterzuführen.

Die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern

Würde im bestehenden Lokalrundfunksystem die finanzielle staatliche Förderung komplett entfallen, müssten einige Lokalsender ihren Betrieb sofort einstellen. Weitere könnten eventuell ihren Sendebetrieb noch 6 bis 12 Monate lang aufrecht erhalten. Einem Teil der übrigen Lokalsender läge indessen daran zu versuchen, die Einnahmen und Kosten weiter zu optimieren, um wirtschaftlich tragfähig arbeiten zu können. Dies hätte allerdings eine Hinwendung zu überwiegend werblichen Inhalten im Programm zur Folge. Die Beiträge wären publizistisch weniger wertvoll, das Programmvolumen an sich würde höchstwahrscheinlich abnehmen und dadurch die Zuschauerakzeptanz sinken.

Goldmedia ging bei einer Situation ohne Förderung davon aus, dass der Jahresfehlbetrag trotzdem von 6,7 Millionen auf 4,9 Millionen Euro gesenkt werden könnte, wenn das originäre Programmvolumen je Sender auf 30 Minuten täglich gekürzt würde. Diese Maßnahme hätte allerdings durchschnittlich 36 Prozent weniger Mitarbeiter und ein um 50 Prozent reduziertes Programm zur Folge. Es ist anzunehmen, dass dadurch die

Zuschauerakzeptanz und somit die tatsächliche Reichweite erheblich abnimmt. Ergo sinkt auch die Motivation der Kunden, Werbung zu schalten. Dies bedingt wiederum schrumpfende Werbeeinnahmen. Im schlimmsten Fall entstünde eine Abwärtsspirale, die eine immer schlechtere Wirtschaftlichkeit der Sender zur Folge hätte.

Ein rein kommerzielles Programm, das keiner sehen will und das nichts einbringt, mutet deshalb als nicht wünschenswert an. Die Variante der Programmreduktion gilt es demnach nicht zu empfehlen, sondern es ist im Gegenteil eine Ausweitung des originären Programmvolumens anzustreben.

Darüber hinaus präsentierte Goldmedia den Vorschlag, die bisherige Lokalfernsehlandschaft in ein Regionalfernsehmodell auf Regierungsbezirksebene umzuwandeln. Die Verbände VBL und VBRA entwickelten diese Möglichkeit in ihrem Grundlagenpapier weiter. Demnach wäre es denkbar, dass es statt der bisher 16 Lokalfernsehsationen in Zukunft nur noch sieben sogenannte Oberzentren, in jedem Regierungsbezirk eines, geben könnte. Die Lokalfernsehsationen, die dadurch wegfallen würden, sollen laut Konzept aber weiterhin als lokale Redaktionsbüros bzw. Zulieferer für die Oberzentren fungieren. Das würde aber trotzdem 53 Prozent weniger Mitarbeiter bedeuten, die bislang beim Lokalfernsehen beschäftigt sind.

Dadurch wäre weiterhin eine Lokalberichterstattung möglich, vor allem durch geplante Lokalfenster im Hauptprogramm, allerdings in erheblich reduziertem Umfang von nur noch 50 Prozent im Vergleich zum heutigen Lokalprogramm volumen. Des Weiteren gibt es Überlegungen, dieses Konzept von sieben Regierungsbezirkssendern um einen, zwei oder drei zusätzliche Standorte zu erweitern. Beispielsweise könnten so zumindest die Ballungsraumsender in München und Nürnberg erhalten bleiben.

Der Fehlbetrag soll durch diese Variante auf 3,1 Millionen Euro gesenkt werden.

Unabhängig davon, auf welchen Vorschlag man sich einigen würde, wäre eine weitere Optimierung der Distributionskosten möglich. Verwendete man statt der bisherigen teuren TV-Festverbindungen beispielsweise wesentlich billigere DSL-Leitungen zur Heranführung der Signale an die Kabelkopfstationen, ließen sich weitere 1,5 Millionen Euro je Modell einsparen. Die Durchführbarkeit dieser Distributionskostenoptimierung sollte allerdings noch von der BLM geprüft werden.

Des Weiteren gibt es noch zwei Möglichkeiten, die eine völlige Systemänderung zur Folge hätten, demnach das bayerische Lokalrundfunkmodell völlig überflüssig und damit auch dessen Förderung unnötig machen.

Zum einen wäre es beispielsweise rechtlich möglich, die Bayerische Verfassung dahingehend zu ändern, den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt des Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV abzuschaffen, sodass auch in Bayern ein „echtes“ duales Rundfunksystem wie im restlichen Deutschland existiert. Jedoch ist auch hier anzunehmen, dass die Sender die Kosten, die sie dann alleine zu tragen hätten, nur durch die Umstellung auf ein vornehmlich kommerzielles Programm kompensieren könnten. Dies implizierte

höchstwahrscheinlich ein Wirtschaften am absoluten Existenzminimum. Auf keinen Fall könnte das bestehende Niveau hinsichtlich Qualität und Quantität gehalten werden. In den Fragebögen hoben zwar immerhin 42,86 Prozent der Lokal-TV-Anbieter hervor, sie hielten diesen Vorschlag für richtig und überlegenswert. Diese Ansicht resultiert aber augenscheinlich aus dem Bedürfnis der Sender wirtschaftlich unabhängig arbeiten zu können. Durch das immer wieder gesetzliche Begrenzen des Förderzeitraums fehlt den Lokalsendern die notwendige Planungssicherheit und Daseinsvorsorge.

Die Überlegungen münden demzufolge zum einen in der Erkenntnis, dass die Abschaffung des aktuellen Lokalrundfunksystems nicht zu empfehlen wäre, zum anderen, dass unbedingt eine dauerhafte Lösung zur finanziellen Förderung gefunden werden muss, damit die Lokalsender auf wirtschaftlich gesichertem Terrain auch langfristig gesehen sinnvoll operieren können.

Auch der Ansatz, in Bayern statt der bisherigen Lokalrundfunkstruktur Bürgermedien einzuführen, scheint nicht umsetzbar.

Im Schrifttum wird oft der Vorschlag unterbreitet, man könne doch ebenso gut dem BR die lokale und regionale Berichterstattung übertragen, sodass der Betrieb der bayerischen Lokalsender, die sowieso nicht wirtschaftlich tragfähig arbeiten können, deren Einstellung zur Folge hätte. Vorangegangene Erläuterungen verdeutlichen aber, dass der BR, der seine Beiträge viel aufwendiger und damit teurer produziert als die Lokalsender, einen erheblich höheren Finanzbedarf bei der KEF zur Erfüllung dieser Aufgaben anmelden würde. Die Konsequenz daraus bestünde sicherlich in einer Erhöhung der bayerischen Rundfunkgebühren. Im Verhältnis gesehen zeichnet sich ab, dass der Steuerzahler in dem Umfang, den die finanzielle Förderung aus dem Staatshaushalt jetzt beträgt, deutlich weniger belastet wird als wenn die Rundfunkgebühr zu Gunsten der Lokal- und Regionalberichterstattung durch den BR erhöht werden würde.

Außerdem vermitteln die Verantwortlichen des BR nicht unbedingt dessen Bereitschaft, dieses Modell überhaupt umsetzen zu wollen. Zum einen müsste er Programmflächen zu Lasten anderer Sendungen frei machen, zum anderen wurde aus Erfahrungen durch Kooperationen mit dem BR offensichtlich, dass er die Unterstützung des bayerischen Lokalfernsehens sowohl finanziell als auch überdies in jedweder anderen Weise rundweg ablehnt.

Auch andere Möglichkeiten, wie zum Beispiel der Vorschlag, die Mittel, die jetzt aus dem Staatshaushalt zur Förderung der bayerischen Lokalsender fließen, solle der BR übernehmen, sind deshalb höchstwahrscheinlich in der Praxis nicht umsetzbar, obwohl er dafür auf das weit verzweigte Korrespondentennetz der Lokal-TV-Stationen zurückgreifen könnte. Prinzipiell dürfte das für sämtliche Vorschläge, die in irgendeiner Form eine Zusammenarbeit mit dem BR beinhalten, zutreffen.

Die Variante einer Kooperation mit dem BR oder einer alleinigen Übernahme des Lokal- und Regionalprogramms durch das BFS schließt sich daher von selbst aus.

10.1.1 Defizite und Potenziale

Während im rechtlichen Teil dieser Arbeit größtenteils Zweifel ausgeräumt bzw. rechtliche Vorwürfe als unbegründet herausgearbeitet werden konnten, bleiben doch zwei gewichtige Defizite bestehen.

Zum einen betrifft dies das Gebot der Staatsferne. Zwar konnte vorangegangen festgestellt werden, dass kein rechtlicher Verstoß dagegen vorliegt. Allerdings sind Zweifel bei einer Finanzierung aus dem Staatshaushalt durchaus berechtigt. Dabei ist im Grunde nicht der Vorwurf gemeint, dass eine zu große staatliche Einflussnahme auf die Programminhalte entstehen könnte. Vielmehr geht es um den Bedarf und die Mittelverwendung.

Es bleibt beispielsweise unverständlich, auf welche Weise die jeweiligen Fördersummen zustande kommen bzw. wie und anhand welcher Faktoren ihre Höhe bestimmt wird. Gleiches gilt für die Mittel, die dann an die jeweiligen Lokal-TV-Anbieter ausgereicht werden.

Sowohl Stettner als auch Haimerl fordern eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs der lokalen Fernsehsender. Dem ist an dieser Stelle dringlichst Nachdruck zu verleihen. Auch beispielsweise bei der Prüfung der Altmark-Trans-Kriterien wird deutlich, dass Transparenz und Offenlegung gefordert sind.

Eines der größten Defizite, das sich im Laufe dieser Arbeit herausstellte, beinhaltet folglich die fehlende Transparenz. Es ist deshalb zu empfehlen, regelmäßig den Finanzbedarf aller Lokal-TV-Stationen ermitteln zu lassen, beispielsweise jährlich oder spätestens jedes zweite Jahr, um offenzulegen, wie viel Geld die einzelnen Sender überhaupt benötigen und wie viel sie davon letztendlich bekommen. Dies geschieht mit aller Konsequenz nicht nur zum Schutz des Staatshaushaltes im Sinne einer Überkompensation, sondern auch zur Finanzierungssicherheit der lokalen TV-Anbieter.

Ein weiteres großes Defizit im rechtlichen Teil entsteht durch besagten Eingriff in die Finanzautonomie der BLM durch § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG. Dem Gesetzgeber ist zu empfehlen, bei zukünftigen Gesetzesänderungen solche Vorschriften nicht mehr zu integrieren.

Im wirtschaftlichen Teil dieser Arbeit stellte sich als größtes Defizit heraus, dass die lokalen bayerischen Fernsehsender wegen zu geringer Werbeeinnahmen auf der Erlösseite nicht kostendeckend wirtschaften können. In der bestehenden Struktur lässt sich dieses Defizit bislang nicht ausgleichen. Selbst durch erhebliche Strukturveränderungen, wie im letzten Teil dieser Arbeit aufgezeigt, wird es immer einer finanziellen Förderung bedürfen, zumindest hinsichtlich der Satellitendistributionskosten.

Des Weiteren ist fraglich, ob die Lokalsender wirklich von der Aufschaltung auf die geplanten zehn Satellitenkanäle profitieren. Schließlich bekommen sie dadurch nur noch

die damit verbundenen erhöhten Distributionskosten gefördert, nicht mehr jedoch die Programmherstellungskosten. Inwiefern durch die größere technische Reichweite tatsächlich so viele Mehreinnahmen aus Werbung generiert werden können, um die verbliebenen Kosten zu kompensieren, steht zu bezweifeln.

Diese Bachelorarbeit zeigt: Den lokalen Fernsehsendern fehlt in jedem Fall eine absolut notwendige Planungssicherheit. Zunächst stand die Förderung aus staatlichen Mitteln lediglich von 2008 bis 2009 fest. Anschließend wurde die Förderung von 2010 bis 2012 verlängert. Die Periode der nächsten geplanten Förderung dehnt den Zeitraum von 2013 bis 2016 aus. Das sind Zeitspannen von zwei bis vier Jahren. In so kurzen Intervallen gesicherter Finanzmittel ist es dennoch nicht möglich, langfristige Investitionen auszuarbeiten, eine ordentliche Personalplanung aufzustellen usw.

- Es muss daher in Zukunft eine finanzielle Förderung geben, die langfristig Sicherheit bietet!
- Eine finanzielle Unterstützung ist für die Aufrechterhaltung des aktuellen Lokalprogramms in seiner derzeitigen Qualität und Quantität unerlässlich!
- Die lokalen TV-Stationen werden anderenfalls nie wirtschaftlich „unabhängig“ entscheiden und operieren können!
- Das Vorantasten im kleinen Rahmen von Gesetzesänderung zu Gesetzesänderung, die eine Fortsetzung oder Neuregelung der Förderung beinhaltet, führt zu keiner befriedigenden Lösung!

Neben den Potenzialen neuer Erlösquellen im Bereich neuer Übertragungswege bieten wohl die Optimierungsmöglichkeiten im letzten Teil dieser Arbeit die größten Wirkungsfähigkeiten.

Nach der Prüfung diverser Möglichkeiten mit und ohne Strukturveränderung bzw. Systemveränderung kristallisieren sich am Ende nur drei adäquate Möglichkeiten heraus, wie das bayerische Rundfunkmodell in Zukunft fortgeführt werden kann.

- Die bayerische Lokalfernsehlandschaft mit seinen 16 Lokal- und Ballungsraumsendern bleibt so erhalten wie sie sich aktuell darstellt. Dabei muss allerdings beachtet werden, dass eine Fortführung dieses Systems ohne weitere kontinuierliche Förderung nicht möglich ist, wenn die bisherige Leistung beibehalten werden soll.
- Das bayerische Lokalfernsehmodell wird in ein Regionalfernsehmodell auf Regierungsbezirksebene umgewandelt. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass viele Mitarbeiter, die derzeit bei lokalen Fernsehsendern beschäftigt sind, ihre Stellen verlieren, da mit diesem Modell eine Personalreduktion von 50 Prozent verbunden ist. Des Weiteren nimmt das originäre Programmvolumen um 50 Prozent ab. Ferner reduziert sich erheblich der Anteil der Beiträge mit lokalem Bezug. Außerdem lässt sich auch bei diesem Vorschlag eine Förderung nicht

gänzlich umgehen. Die Kosten für die Satellitenverbreitung müssten weiterhin gefördert werden. Ansonsten könnten in diesem Modell voraussichtlich alle Sender wirtschaftlich tragfähig arbeiten. Allerdings besteht die bereits angemerkte Notwendigkeit, dass dieses Modell auf der Grundlage aktueller Zahlen nochmals genauestens durchgerechnet und geprüft wird. Es wäre zu empfehlen, diese Modellrechnung erst Mitte 2014 durchzuführen, da bis dahin die in nächster Zeit geplanten Vorhaben, wie die Ausweitung auf zehn Satellitenkanäle, die Einspeisung des RTL-Fensters ins digitale Kabel, die gemeinsame überregionale Werbevermarktung durch TV Bayern usw. abgeschlossen sein werden und zusätzlich eine gewisse Eingewöhnungsphase als Zeitpuffer bleibt. Ca. 1 ½ Jahre nach dem Start dieser Projekte dürfte sich schon ein adäquates Fazit ziehen lassen. Auf Grundlage dieser gefestigten Erkenntnisse könnte dann die Durchführung einer neuerlichen Modellrechnung folgen.

- Es kann eine Finanzierung aus Gebührenmitteln durchgesetzt werden.

10.1.2 Ergebnisse

Als grundsätzliches Ergebnis dieser Arbeit kann festgehalten werden, dass zunächst darauf hingewirkt werden soll, das bestehende bayerische Lokalrundfunksystem zu erhalten und vor allem weiterzuentwickeln. Dazu ist aber eine finanzielle Förderung unerlässlich.

Theoretisch erscheint eine finanzielle Förderung aus dem Staatshaushalt durchaus als sinnvoll. Schließlich obliegt es primär der Aufgabe des Staates, seine Kulturgüter zu fördern. Es sollte kein Unterschied gemacht werden, ob es sich bei den zu fördernden Einrichtungen beispielsweise um Theater, Museen oder lokale Fernsehsender handelt. Alle erfüllen den gleichen Zweck: Umfassende Information sowie Unterhaltung der Bürger.

Wobei beim Lokalfernsehen der Adressatenkreis hinsichtlich gesellschaftlicher Vielfalt, Größe usw. vergleichsweise noch breiter gefächert ist. Darüber hinaus ist der Empfang für den Fernsehzuschauer beispielsweise im Gegensatz zum Theaterbesuch oftmals deutlich erschwinglicher.

Demnach ist es auch nicht berechtigt, gerade die lokale Fernsehlandschaft zu beschneiden, nur weil sie zu wenige Einnahmen generiert. Im Gegenteil: Lokales Fernsehen scheint nach dieser Sichtweise auf Grund seiner Breitenwirkung noch viel förderungswürdiger. Es ist und bleibt die Aufgabe des Staates, für Institutionen, die er selbst geschaffen hat, inklusive rechtlichem Rahmen, finanziell einzustehen und auf diese Weise Verantwortung zu übernehmen.

Dennoch gibt es nicht nur im Freistaat Bayern lokales Fernsehen. Würde im Rundfunkstaatsvertrag eine Klausel aufgenommen, die den Landesmedienanstalten einen größeren Anteil an dem Aufkommen aus der Rundfunkgebühr zugesteht, sodass das lokale Fernsehen ausschließlich aus der Gebühr finanziert werden kann, stünden alle Lokalfernsehstationen deutschlandweit auf gesichertem Terrain. Die lokalen Fernseh-

sender tragen nicht nur in Bayern in erheblichem Maße zur Bildung einer Meinungsvielfalt bei. Deshalb sollte ihnen dieser Weg der Finanzierung nicht versperrt bleiben.

Allerdings ist fraglich, ob die Finanzmittel in der Art einer Digitalisierungsabgabe bzw. eines Digitalfonds durchgesetzt werden sollten. Bei dieser Variante bliebe wieder ungeklärt, in welcher Höhe die Mittel an wen und mit welcher Begründung ausgegeben werden. Grauzonen dieser Art sollten vermieden werden, vor allem weil jede Digitalisierung mit der Zeit irgendwann abgeschlossen ist.

Es müsste ganz klar geregelt sein, dass die Mittel aus der Rundfunkgebühr ausschließlich zur Finanzierung der technischen Infrastruktur und zur Förderung der Programmherstellungskosten der lokalen Fernsehanbieter Verwendung finden.

Am Ende dieser Arbeit und nach Prüfung aller relevanten politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Aspekte lautet die Bilanz, dass eine Finanzierung aus Rundfunkgebühren auf die sinnvollste Lösung hinweist.

Soll dieses Vorhaben gelingen, muss aber vorausgesetzt werden, dass sich die Staatsregierung dieser Sache mit deutlich mehr Engagement und Nachdruck widmet.

Grundsätzlich gilt: Unabhängig davon, für welche Variante man sich letztendlich entscheidet – es liegt immer in der Hand des Gesetzgebers, in dem Fall der Mehrheitsentscheidung im Landtag, wie sich die Zukunft des lokalen Fernsehens in Bayern gestaltet.

Momentan plädieren vier von fünf Parteien für den Erhalt der bayerischen Lokalfunkstruktur. Sollte sich dieses Verhältnis aber im Laufe der Zeit ändern, kann die Situation schnell kippen – unter Umständen mit erheblich negativen Auswirkungen auf die heutige Lokalfernsehlandschaft. Deswegen sollte jetzt, solange noch dazu Gelegenheit ist, eine beständige und konstruktive Lösung gefunden werden.

Die geplante Fortsetzung der Förderung scheint in diesem Sinne nur eine weitere „Übergangslösung“ darzustellen.

10.2 Schlussgedanke und Zukunftsprognose

Die zentralen Forschungsfragen dieser Bachelorarbeit,

- weshalb es in der aktuellen Situation nicht möglich ist, dass die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne finanzielle Förderung kostendeckend wirtschaften können;
- ob eine Fortführung der Förderung als angemessen bzw. sogar verpflichtend erscheint oder ob durch strukturelle Veränderungen die Unabhängigkeit einer finanziellen Förderung erreicht werden kann bzw. muss;
- gelangt man zu dem Schluss, dass unabhängig davon, welcher Weg beschritten wird, auf jeden Fall der Erhalt einer lokalen Berichterstattung und deren Vielfalt über den ganzen Flächenstaat Bayern gesichert werden muss;
- ob und wie eine staatliche Förderung unter Abwägung aller Möglichkeiten unerlässlich ist;

die eingangs im Kurzreferat angekündigt und in der Einleitung noch konkretisiert wurden, konnten im Laufe dieser Arbeit zielführend geklärt werden.

Interessanterweise lieferte dabei trotz breiter Literaturrecherche ausgerechnet die Einrichtung „Goldmedia“ die detailliertesten und umfangreichsten Angaben, die für diese Arbeit aufschlussreich waren, weil Goldmedia auf die Situation des bayerischen Lokalfernsehens spezialisiert ist. Deshalb stützt sich diese Arbeit vor allem im Teil B hauptsächlich auf deren Studien und Gutachten.

Prinzipiell war die Darstellung der aktuellen Zahlen zur wirtschaftlichen Situation der bayerischen Lokalsender und somit der Vergleich zu früheren Erhebungen nur durch eine empirische Erhebung über Fragebögen möglich. Ähnliche Erfahrungen betreffen den rechtlichen Teil dieser Arbeit. Eindeutige Ergebnisse lieferten wiederum nur die Experteninterviews mit Rupert Stettner und Wolfgang Flieger, die mit vielen wichtigen Zahlen aufwarteten, und grundsätzlich einen umfangreichen Überblick über die gesamte Situation sowie Zusammenhänge aufzeigten. Zudem stand mit Norbert Haimerl ein Experte des Fachs zur Seite, der für die inhaltlich einwandfreien Angaben in dieser Arbeit sorgte. Ohne diese Befragungen und Interviews wären die Resultate dieser Arbeit nicht zu Stande gekommen.

Ferner soll auf die Schwierigkeit hingewiesen werden, generell Angaben von den Lokalsendern zu erhalten. Hierbei spielten sicher der gescheute Zeitaufwand und Befürchtungen hinsichtlich der Folgen zu großer Transparenz eine größere Rolle für dieses restriktive Verhalten. So wurden innerhalb von zwei Monaten von 16 verschickten Fragebögen insgesamt nur 9 beantwortet.

Bedauerlicherweise musste auf ein ursprünglich geplantes Interview mit Ulrike Gote, der medienpolitischen Sprecherin der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen wegen Krankheit verzichtet werden. Sicherlich hätte es diese Arbeit noch bereichert, wenn auch die Kritiker ausführlicher Stellung zu diesem Thema hätten beziehen können.

Durch die vielen Kontakte, die im Laufe der Arbeit entstanden, war ein interessanter und aufschlussreicher Blick hinter die Kulissen möglich und es konnten zahlreiche, grundlegende sowie vor allem hilfreiche Erfahrungen gesammelt werden.

Zu diesem Thema einen Zukunftsausblick zu geben gestaltet sich schwierig. Faktisch ist davon auszugehen, dass die geplante Förderung von 2013 bis 2016 im Herbst 2012 durch Landtagsbeschluss durchgesetzt wird und sich zunächst an der bayerischen Lokalrundfunkstruktur nichts ändern wird.

Allerdings werden Vorschläge, wie das Regionalfernsehmodell auf Regierungsbezirksebene im Schrifttum immer konkreter formuliert. Es könnte deshalb durchaus möglich sein, dass sich dieses Konzept in absehbarer Zeit durchsetzt.

Jedoch kann darüber nur spekuliert werden, da solche Entscheidungen grundsätzlich von der Politik abhängig sind.

Darüber hinaus gibt es viele Unbekannte. Keiner kann heute genau sagen, wie sich beispielsweise die Werbemärkte entwickeln, wie weit Rundfunk immer mehr in den Online-Bereich abwandert usw.

Aber nachdem die BLM in der Vergangenheit ihre Intention darin sah, das lokale Fernsehen in der bestehenden Struktur aus eigener Kraft so tragfähig wie möglich zu gestalten und dies auch über die Gegenwart hinaus in Zukunft so handhaben möchte, scheint dies zumindest ein guter Ansatzpunkt zu sein, der zu der Hoffnung verleitet, dass es immer gewichtige, treibende Kräfte geben wird, die sich für den Erhalt des bayerischen Lokalfernsehens – letztendlich unerheblich in welcher Struktur und durch welche Art der Finanzierung – einsetzen werden.

VII. Literaturverzeichnis

Gesetze, Verordnungen, Rechtsnormen, Anträge u. ä.

Änderungsantrag der Abgeordneten Margarete Bause, Thomas Mütze, Ulrike Gote, Claudia Stamm, Eike Hallizky, Renate Ackermann, Dr. Sepp Dürr, Anne Franke, Thomas Gehring, Ludwig Hartmann, Christine Kamm, Dr. Christian Magerl, Dr. Martin Runge, Maria Scharfenberg, Theresa Schopper, Adi Spinkart, Christine Stahl, Susanna Tausendfreund, Simone Tolle, und Fraktion (Bündnis 90/Die Grünen) - Haushaltsplan 2011/2012; hier: Keine Subventionierung von Anbietern privater lokaler Fernsehprogramme (Kap. 02 03 Tit. 683 81), Drucksache 17/7160 v. 02.02.11, Bayerischer Landtag, 16. Wahlperiode

ÄndG 2009, Änderungsantrag der Abgeordneten Margarete Bause, Sepp Daxenberger, Ulrike Gote, Ludwig Hartmann, Dr. Sepp Dürr, Christine Kamm, Christine Stahl, Susanna Tausendfreund, Simone Tolle und Fraktion (Bündnis 90/Die Grünen) - Gesetzentwurf der Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes (Drs. 16/2097), Drucksache 16/2345 v. 21.10.09, Bayerischer Landtag, 16. Wahlperiode

AEUV (25.03.1957), Konsolidierte Fassung des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union, Amtsblatt der Europäischen Union v. 09.05.08, C 115/47 – 115/199

Antrag der Abgeordneten Georg Schmid, Eberhard Sinner, Bernd Sibler, Georg Winter und Fraktion (CSU), Thomas Hacker, Renate Will, Tobias Thalhammer, Julika Sandt und Fraktion (FDP) – Entschließung zum Änderungsantrag zum Gesetzentwurf der Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes (Drs. 16/2340) v. 20.10.09; Bayerischer Landtag, 16. Wahlperiode (mit Antrag 16/2341 v. 20.01.09, Beschlussempfehlung mit Bericht 16/2608 des HO v. 12.11.09, Beschluss des Plenums 16/2786 v. 01.12.09 und Plenarprotokoll Nr. 35 v. 01.12.09)

BayHO 1971, Haushaltsordnung des Freistaates Bayern (Bayerische Haushaltsordnung – BayHO) v. 08.12.71, (BayRS 630-1-F), zuletzt geändert durch § 2 des Nachtragshaushaltsgesetzes 2006 vom 09.05.06 (GVBl S. 193)

BayLplG 2004, Bayerisches Landesplanungsgesetz v. 27.12.04, 230-1-W, Bayerisches Gesetz- und Verordnungsblatt Nr. 23/2004, S. 521 – 532

BayMG (2003), Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern (Bayerisches Mediengesetz – BayMG), in der Fassung der Bekanntmachung vom 22.10.03 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch Gesetz v. 25.10.11 (GVBl. S. 530)

BV 1946, Bayerische Verfassung vom 02.12.46, In der Fassung der Bekanntmachung vom 15.12.98 (GVBl. Seite 991), zuletzt geändert durch Gesetz v. 10.11.03 (GVBl. Seite 816 und 817)

Dringlichkeitsantrag der Abgeordneten Markus Rinderspacher, Hans Joachim Werner, Dr. Christoph Rabenstein, Inge Aures, Volkmar Halbleib, Harald Güller, Franz Maget, Natascha Kohnen, Dr. Linus Förster, Isabell Zacharias und Fraktion (SPD) – Informationsvielfalt und –qualität vor Ort sichern: Neues Förderkonzept für das Lokalfernsehen in Bayern entwickeln (Drs. 16/8874) v. 09.06.11, Bayerischer Landtag, 16. Wahlperiode (mit Dringlichkeitsantrag 16/8874 v. 09.06.11, Beschluss des Plenums 16/8899 v. 09.06.11 und Plenarprotokoll Nr. 78 v. 09.06.11

EMRK 1950, Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten in der Fassung des Protokolls Nr. 11, Rom/Rome, 4.11.50, Der Text der Konvention wurde geändert entsprechend den Bestimmungen von Protokoll Nr. 3 (SEV Nr. 45), in Kraft getreten am 21.09.70, von Protokoll Nr. 5 (SEV Nr. 55), in Kraft getreten am 20.12.71, und von Protokoll Nr. 8 (SEV Nr. 118), in Kraft getreten am 01.01.90. Er umfasste weiterhin den Text von Protokoll Nr. 2 (SEV Nr. 44), das, gemäß Artikel 5 Absatz 3, seit seinem Inkrafttreten am 21.09.70 Bestandteil der Konvention war. Sämtliche Bestimmungen, die durch diese Protokolle geändert oder hinzugefügt wurden, sind ab dem Inkrafttreten von Protokoll Nr. 11 (SEV Nr. 155) am 01.11.98 durch Letzteres ersetzt. Ab diesem Zeitpunkt ist das am 01.10.94 in Kraft getretene Protokoll Nr. 9 (SEV Nr. 140) aufgehoben.

FöS (2007), Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fördersatzung – FöS) vom 17.12.07 (Bayerischer Staatsanzeiger Nr. 51/52 v. 21.12.07), geändert durch Satzung vom 08.05.08 (Bayerischer Staatsanzeiger Nr. 20 v. 16.05.08, geändert durch Satzung vom 19.11.09 (Bayerischer Staatsanzeiger Nr. 48 v. 27.11.09), geändert durch Satzung v. 25.03.10 (Bayerischer Staatsanzeiger Nr. 13 v. 01.04.10), zuletzt geändert durch Satzung v. 09.12.10 (Bayerischer Staatsanzeiger Nr. 50 v. 17.12.10), Satzung 04: 2010, 09-12-2010

- Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes, des Bayerischen Mediengesetzes und des Gesetzes zur Ausführung des Rundfunkstaatsvertrages und des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages v. 25.10.11, 2251-1-S, 2251-4-S, 2251-11-S, Bayerisches Gesetz- und Verordnungsblatt Nr. 21/2011, S. 530 – 531
- GG 1949, Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23.05.1949, Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes v. 21.07.10 (BGBl. I S. 944) geändert worden ist, Zuletzt geändert durch Art. 1 G v. 21.07.10 I 944
- PFR 2003, Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogramme nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungs-Richtlinie, PFR) v. 13.10.03 (StAnz Nr. 42), geändert durch Richtlinie vom 07.02.08 (StAnz Nr. 7)
- RStV 1991, Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV -) v. 31.08.91, in der Fassung des Dreizehnten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge v. 10.03.10 (vgl. GBl. S. 307), in Kraft getreten am 01.04.10, die medienanstalten ALM GbR
- Urteil des Gerichtshofes v. 24.07.03 in der Rechtssache C-280/00 (Vorabentscheidungsersuchen des Bundesverwaltungsgerichts): Altmark Trans GmbH und Regierungspräsidium Magdeburg gegen Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH. (Verordnung (EGW) Nr. 1191/69 – Betreiben von Liniendiensten in Stadt-, Vorort- und Regionalverkehr – Öffentliche Zuschüsse – Begriff der staatlichen Beihilfe – Ausgleichszahlung als Gegenleistung für gemeinwirtschaftliche Verpflichtungen). (2003/C 226/01), Amtsblatt der Europäischen Union v. 20.09.03, C 226/1
- Verordnung (EU) Nr. 360/2012 der Kommission v. 25.04.12 über die Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf De-minimis-Beihilfen an Unternehmen, die Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse erbringen (Text von Bedeutung für den EWR), Amtsblatt der Europäischen Union v. 26.04.12, L 114/8 – 114/13

Gutachten

- Bethge, Herbert: Der verfassungsrechtliche Status der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). 2. überarbeitete Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2011, BLM-Schriftenreihe Band 98
- Lorenzmeier, Stefan: Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte. 1. Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2011
- Müller-Terpitz, Ralf: Die Finanzautonomie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien im Lichte der aktuellen Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote. Kurzgutachten. Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2010, BLM-Schriftenreihe Band 94
- Wallenberg, Gabriela: Die gesetzlichen Aufgaben der BLM. Vorgaben, praktische Umsetzung und Perspektiven. Im Auftrag des Verbandes Bayerischer Lokalrundfunk (VBL) e. V. (Hrsg.), 24.02.2012
- Wieland, Joachim: Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Rahmenbedingungen staatlicher Finanzierungsverantwortung. Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2009, BLM-Schriftenreihe Band 93

Internetquellen

www.agf.de
www.ard.de
www.augsburger-allgemeine.de
www.bayern.landtag.de
www.bayernspd-landtag.de
www.blm.de
www.br.de
www.csu-landtag.de
www.digitalfernsehen.de
www.die-medienanstalten.de
www.donaukurier.de
www.focus.de
www.frankenpost.de
www.gez.de
www.gruene-fraktion-bayern.de

www.main-netz.de
www.mainpost.de
www.medienpuls-bayern.de
www.merkur-online.de
www.mittelbayerische.de
www.nordbayern.de
www.oberpfalznetz.de
www.orh.bayern.de
www.ovb-online.de
www.rundfunkbeitrag.de
www.spiegel.de
www.stern.de
www.szaboarchiv.de
www.v-b-l.de
www.vprt.de
www.wdr.de
www.wuv.de
www.zeit.de
www.zukunft-breitband.de

Interviews

Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM: Experteninterview v. 12.06.12, Schriftliche Mitteilung v. 20.06.12, Schriftliche Mitteilung v. 22.06.12, Mündliche Mitteilung v. 17.07.12 (in Anlage Nr. 5)

Gote, Ulrike, medienpolitische Sprecherin Fraktion Bündnis 90/Die Grünen Bay. Landtag: Schriftliche Mitteilung v. 19.06.12 (Absage) (in Anlage Nr. 6)

Haimerl, Norbert, Geschäftsführer Regionalfernsehen Oberbayern GmbH: Schriftliche Mitteilung v. 26.03.12, Mündliche Mitteilung v. 06.06.12

Muhr, Johannes, Geschäftsführer TV Bayern GmbH: Mündliche Mitteilung v. 22.06.12 (in Anlage Nr. 5)

Roppelt, Michael, Ministerialrat und Medienreferent der Bayerischen Staatskanzlei: Mündliche Mitteilung vom 13.06.12 (in Anlage Nr. 5)

Schneider, Siegfried, Präsident der BLM: Mündliche Mitteilung v. 05.05.12

Stettner, Rupert, Rektor der Hochschule für Politik in München: Mündliche Mitteilung v. 10.06.12, Experteninterview v. 11.06.12 (in Anlage Nr. 4)

Pressemitteilungen

Bayerische Staatskanzlei: „Bericht aus der Kabinettsitzung: 1. Medienminister Kreuzer legt Konzept zur Sicherung des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vor“ v. 14.02.12, Nr. 51

BLM: „Bayern bei privaten Rundfunkangeboten vor allen anderen Ländern – 52 Prozent der Erträge des privaten Rundfunks in Deutschland werden in Bayern erwirtschaftet“ v. 05.12.11, 80/2011

BLM: „BLM-Präsident Ring bedauert das Scheitern der von Bayern geforderten Öffnungsklausel im neuen Rundfunkgebührenmodell“ v. 10.06.10, 42/2010

BLM: „BLM-Präsident Ring: „Eine gesicherte Zukunft des lokalen Fernsehens ist ein unverzichtbarer Beitrag für die publizistische Vielfalt in Bayern“ v. 02.10.08, 69/2008

BLM: „Crossmedia – Risiken für lokale Medienmärkte oder: Was darf der öffentlich-rechtliche Rundfunk?“ v. 02.07.08, L10/2008

BLM: „CSU-Landtagsfraktion will Finanzierung über das Jahr 2009 hinaus sichern – Die neue Finanzierung des Lokalrundfunks“ v. 04.07.07, L9/2007

BLM: „Finanzierung des Lokal-TV in Bayern bis 2016 gesichert – BLM Präsident Schneider begrüßt Beschluss des Ministerrats“

BLM: „Franken Fernsehen und a.tv ab 1. Mai 2012 mit eigenem Satellitenkanal“ v. 29.03.12, 18/2012

BLM: „Im Hinblick auf eine strukturelle Förderung, vor allem des lokalen Fernsehens, ist das letzte Wort noch nicht gesprochen – BLM-Präsident Ring eröffnet 18. Lokalrundfunktage in Nürnberg“ v. 06.07.10, 44/2010

BLM: „HbbTV beinhaltet Chancen für Lokalfernsehen – Smart-TV-Anwendungen können Reichweiten und Umsätze lokaler TV-Anbieter erhöhen“ v. 25.04.12, 23/2012

BLM: „In der bayerischen Politik sind die Lokalen gut aufgehoben“ v. 01.07.08, L7/2008

- BLM: „Medienrat beschließt Programmförderung für das Jahr 2012“ v. 16.02.12, 14/2012
- BLM: „Medienrat stimmt Änderung der Teilnehmerentgeltsatzung zu“ v. 12.10.06, 43/2006
- BLM: „Öffentliche Fördermittel für private Medieninhalte: ein möglicher, aber schwerer Weg – Gut besuchtes BLM-Forum zu Optionen der Rundfunkfinanzierung“ v. 23.06.10, 43/2010
- BLM: „Teilnehmerentgelt-System kann bis 2008 fortgeführt werden – Beseitigung verfassungsrechtlicher Defizite im BayMG notwendig“ v. 02.12.05, 61/2005
- Bündnis 90/Die Grünen: „Privates Lokalfernsehen: Schluss mit der Subventionierung“ v. 14.02.12
- Bündnis 90/Die Grünen: „Zwischen Subvention und Konzentration: Grüne legen Rechtsgutachten zur Finanzierung des bayerischen Lokalrundfunks vor“ v. 14.02.12
- VBL: „25 Jahre lokales/regionales Radio und Fernsehen – 25 Jahre erfolgreiches Engagement des VBL“ v. 11.11.09, 2009/1101
- VBL: „`Die Zukunft des lokalen Rundfunks in der digitalen Welt` oder `Aus Erfahrung lernen`“ v. 18.07.07, 08/2007
- VBL: „Gesplittete Haushaltsgebühr: Zukunftsorientierter Lösungsansatz“ v. 17.05.10, 2010/01
- VBL: „Handy wird Radio- und TV-Gerät. Aktuelles zum DMB-Betriebsversuch in Regensburg“ v. 18.07.07, 09/2007
- VBL: „Lokales Fernsehen ist lokale Grundversorgung – BR will von eigenen Problemen ablenken“ v. 02.10.08, 2008/09
- VBL: „Social Media: Herausforderungen und Chancen für den lokalen Rundfunk. Perspektive Facebook / Hybride Medienwelten / TV-Förderung in Bayern / DAB+ / Dank an Professor Ring“ v. 27.05.11, 05/2011
- VBL: „VBL begrüßt Initiative zur Neugestaltung des Lokalfernsehens“ v. 30.01.07, 01/2007

VBL: „VBL begrüßt Ministerratsbeschluss zum lokalen Fernsehen in Bayern“ v. 14.02.12, 02/2012

VBL: „Vorschläge für Gesetzesänderung zur Fortführung des Lokal-TV“ v. 29.05.09, 2009/05

VBRA/VBL: „Gemeinsames Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des Lokalfernsehens in Bayern“ v. 07.12.10

VBRA/VBL: „Tabubruch: Regionalisierte Werbung für nationale TV-Anbieter gefährdet lokalen Rundfunk!“ v. 02.03.12

VPRT: „VPRT veröffentlicht Marktprognose“ 2011, Nr. 23/2011

Sonstiges (Geschäftsberichte, Diskussionen etc.)

ARD (Hrsg.): Finanzstatistik 2010. o. J. (ca. 2010) u. o. O.

ARD (Hrsg.): Meinungsbildend, o. O. 2009

ARD (Hrsg.): Rundfunkfinanzen 2010. o. J. (ca. 2010) u. o. O.

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): BLM-Symposion Medienrecht 2011. Anforderungen und Erwartungen an die Aufsicht über Rundfunk und Telemedien – Möglichkeiten und Grenzen gesellschaftlicher Kontrolle. Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2011, BLM-Schriftenreihe Band 99

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): BLM-Symposion Medienrecht 2000. Voraussetzungen und Grenzen einer staatlichen Gewährleistungspflicht für die Finanzierung lokaler Rundfunkangebote in Bayern. Verlag Reinhard Fischer, München 2001, BLM-Schriftenreihe Band 64

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): Geschäftsbericht 2010. Bayerische Landeszentrale für neue Medien. o. J. (ca. 2010) u. O.

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): Private Rundfunkangebote in Bayern. Rechtsgrundlagen. 8. überarbeitete Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2009

BLM: BLM-Forum: „Potenziale von Smart TV für lokales Fernsehen“. o. O. 25.04.12

BLM: HbbTV-Portal für Lokal-TV über Satellit – ein Projekt der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. BLM (Hrsg.), o. O., 31.05.12 (nicht veröffentlicht)

Bornemann, Roland (Justiziar der BLM): „Stellungnahme zum Gutachten Lorenzmeier im Auftrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Bayerischen Landtag“. BLM, 05.07.11 (nicht veröffentlicht)

Bornemann, Roland (Justiziar der BLM): „Zusatz zur Stellungnahme Gutachten Lorenzmeier“. BLM, 15.07.11 (nicht veröffentlicht)

BR: Geschäftsbericht des Bayerischen Rundfunks 2010. o. J. (ca. 2010) u. o. O.

Flieger, Wolfgang/Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): 25 Jahre. o. O. 2010

Fuchs, Thomas/Langheinrich, Thomas/die medienanstalten (Hrsg.): Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs. VISTAS Verlag GmbH, o. J. (ca. 2010) u. o. O.

Fuchs, Thomas: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011. VISTAS Verlag GmbH, o. J. (ca. 2011) u. O.

GEZ: Geschäftsbericht 2010. Gebührenentwicklung. o. J. (ca. 2010) u. o. O.

Haimerl, Norbert: Anhörung im Bayerischen Landtag 2009 (Fragen und Antworten) (nicht veröffentlicht)

Haimerl, Norbert: Lokal-TV Konzepte, Diskussionspapier anlässlich der Gesetzgebungsdiskussion für 2013 aus 2011 (Konzept) (nicht veröffentlicht)

Haimerl, Norbert: Lokal-TV Konzepte, Diskussionspapier anlässlich der Gesetzgebungsdiskussion für 2013 aus 2011 (Rede) (nicht veröffentlicht)

Haimerl, Norbert: Rede im Bayerischen Landtag beim CSU-Parlamentskreis Mittelstand (Konzept) v. 2005 (nicht veröffentlicht)

TNS Infratest/Media Research/Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): Funkanalyse Bayern 2011. o. J. (ca. 2011) u. O.

VBL/VBRA: „Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern. Einführung“. München, Dezember 2010 (nicht veröffentlicht)

VLB/VBRA: „Grundlagenpapier zur Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern“. München, Dezember 2010 (nicht veröffentlicht)

Studien u. ä.

Birkel, Mathias/Goldhammer, Klaus/ Link, Christine/Wiegand André: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011. Die Rundfunkwirtschaft im Überblick. Die medienanstalten (Hrsg.), Hamburg/Berlin/München 05.12.2011

Goldhammer, Klaus/Birkel, Mathias: Potenziale von Smart TV für lokale Fernsehsender. BLM (Hrsg.), München 25.04.2012

Goldhammer, Klaus/Wiegand, André/Polley, Cay-Norbert: Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern. Verlag Reinhard Fischer, München 2006, BLM-Schriftenreihe Band 87

Goldhammer, Klaus/Wiegand André: Zukunft des lokalen Fernsehens in der digitalen Welt – Anforderungen an ein Finanzierungsmodell. BLM Forum: Programm Werbung ade – neue Erlösmodelle passé?. BLM (Hrsg.), München 22.06.2010

Illgner-Fehns, Klaus: Der Hybrid-Fernseh-Standard HbbTV. Stand der Anwendungen. IRT (Hrsg.), o. O. 25.04.2012

Müller, Reiner: Potenziale von Smart-TV für lokales Fernsehen. BLM (Hrsg.), o. O. 25.04.2012

Vesper, Oliver: Werbung auf Smart TV. Ein Statusbericht über das werbefinanzierte Erlösmodell für Smart TV (und Lokal TV). smartclip The Multiscreen Video & Brand Advertising Platform (Hrsg.), München 25.04.2012

VPRT (Hrsg.): Radio, Fernsehen & Multimedia in Deutschland 2011. VPRT-Umsatzprognose 2011 / Trends 2012. München 19.10.2011

Unselbstständige Literatur

Haimerl, Norbert: „Globalisierungsoffer oder Subsidiaritätsgewinnler? Lokales und regionales Fernsehen in Bayern unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsproblematik“. In: Nawratil, Ute/Schönhagen, Philomen/Starkulla jr., Heinz (Hrsg.): Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner. Leipziger Universitätsverlag, Leipzig 2002

Zeitschriften/Zeitungen

Kettner, Peter: Wellenspiegel 2010/2011. Sende- und Verbreitungsverzeichnis privater Rundfunkangebote in Bayern. BLM (Hrsg.), o. O. (München?), Juni 2010

Pregel, Bettina/Notting, Thomas/Hengl Hans-Thomas/Benninghoff, Anrndt/Tulijus, Marcel: Tendenz. BLM (Hrsg.), o. O. (München?), Januar 2012

VII. Anlagen

1. Geführte Experteninterviews

Nr.	Fragebögen: Bayerische Lokal-TV Sender	Standort	Interview- partner	Funk- tion	Kontakt
ONTV Regional					
1	TVA Ostbayern (Fernsehprogrammgesell- schaft mbH & Co. Studio- betriebs-KG)	Regens- burg	Renate Pollinger	GF	Telefon: 0941 29719 0 E-Mail: rpollinger@tvaktuell.c om
2	Oberpfalz TV, OTV (Oberpfalz TV Nord GmbH & Co. Studiobetriebs KG)	Amberg	Lothar Hö- her	GF	Telefon: 09621 4855 0 E-Mail: lhoeher@otv.de
3	Tele Regional Passau 1, TRP1 (GmbH)	Passau	Christian Repa	GF	Telefon: 0851 98884 0 E-Mail: cr@trp1.de
4	DONAU TV (DONAU TV Regionalfern- sehen GmbH & Co. Pro- grammanbieter KG)	Deggen- dorf	Thomas Eckl	GF	Telefon: 0991 3628 333 E-Mail: thomas.eckl@donaut v.com
5	Regionalfernsehen Lands- hut, RFL (Regional Fernsehen Landshut Programmanbieter GmbH)	Landshut	Norbert Haimerl	GF	Telefon: 08031 2144 30 E-Mail: nh@rfo.de
Franken-SAT*					
6	main.tv (Funkhaus Aschaffenburg GmbH & Co Studiobe- triebs KG)	Aschaffen- burg	(Lothar Steiger- wald) Markus Ei- beck	(GF) SL	Telefon: 06021 3883 0 E-Mail: eibeck@primanet.de
7	TV touring Würzburg (TV touring Fernsehge- sellschaft mbH & Co)	Würzburg	Norbert Hufgard	GF	Telefon: 0931 79622 0 E-Mail: norbert.hufgard@tvto uring.de
8	TV Oberfranken, TVO (TV Oberfranken GmbH & Co. KG)	Hof	Norbert Kießling	GF	Telefon: 09281 880 201 E-Mail: norbert.kiessling@tvo .de
9	TV touring Schweinfurt (TV touring Fernsehge- sellschaft mbH & Co)	Schwein- furt	Norbert Hufgard	GF	Telefon: 0931 79622 0 E-Mail: norbert.hufgard@tvto uring.de

Lokal-SAT*					
10	intv – Regionalfernsehen (intv Regional Fernsehen GmbH & Co. OHG)	Ingolstadt	(Lydia Nißl) Ingeborg Rupp	(GF) Stellv. GF	Telefon: 08 41 93565 0 E-Mail: ingeborg.rupp@intv.d e
11	Regio TV Schwaben (Regio TV Schwaben GmbH + Co. KG)	Neu-Ulm	Anette Egg- art Harald Pols- ter	GF	Telefon: 0731 40019 0 E-Mail: anette.eggart@regio- tv.de E-Mail: harald.polster@regio- tv.de
12	TVA Nachrichten (Allgäu-TV GmbH & Co. KG)	Kempten	Markus Niessner	GF	Telefon: 0831 206 5700 E-Mail: niessner@rta- design.de
münchen.tv/RFO*					
13	münchen.tv / RTL Mün- chen Live (München Live TV Fern- sehen GmbH & Co.KG)	München	Ulrich Gehrhardt	GF	Telefon: 0 89 412 007 700 E-Mail: info@muenchen-tv.de
14	Regionalfernsehen Ober- bayern, RFO (Regional Fernsehen Oberbayern GmbH)	Rosen- heim	Norbert Haimerl	GF	Telefon: 08031 2144 30 E-Mail: nh@rfo.de
a.tv					
15	a.tv – Fernsehen für Augsburg und Schwaben (a.tv GmbH & Co. KG)	Augsburg	Felix Kovac	GF	Telefon: 0821 70010 0 E-Mail: felix.kovac@rt1.de
Franken Fernsehen					
16	FRANKEN FERNSEHEN (TVF Fernsehen in Fran- ken Programm GmbH)	Nürnberg	Christoph Winschuh	GF	Telefon: 0911 96796 0 E-Mail: c.winschuh@frankenf ernsehen.tv
	Sonstige Expertenin- terviews	Funktion		Kontakt	
1	Prof. Dr. Rupert Stettner	Rektor der Hochschule für Politik München (HfP)		Telefon: 08131 278998 E-Mail: rs@themistokles.net	
2	Dr. Wolfgang Flieger	Pressesprecher der BLM		Telefon: 089 63808313 E-Mail: Wolfgang.Flieger@blm.de	
3	Ulrike Gote	Medienpolitische Spre- cherin der Grünen		Telefon: 089 4126 2648 E-Mail: kontakt@ulrike-gote.de	
4	Johannes Muhr	Geschäftsführer TV Bayern GmbH		Telefon: 0911 9679650 E-Mail: johannes.muhr@neue- welle.de	
5	Michael Roppelt	Ministerrat und Medienre- ferent der Bayerischen Staatskanzlei			

* Senderkennungen ab 30.04.12

2. Fragebögen: Bayerische Lokal-TV-Sender

Einnahmen und Kostenstruktur

1. Welchen Kostendeckungsgrad haben Sie 2011 erwirtschaften können? Wie wäre dieser Kostendeckungsgrad ohne Fördergelder ausgefallen?

Kostendeckungsgrad:
Kostendeckungsgrad ohne Förderung:

2. Wie viele Einnahmen konnten Sie 2011 aus Werbung erzielen?

--

3. Wie viele Einnahmen konnten Sie 2011 aus Auftragsproduktionen erzielen?

--

4. Wie viele Einnahmen konnten Sie 2011 aus Programmverkäufen erzielen?

--

5. Welchen Betrag haben Sie 2011 aus der Ablösesumme Abendwerbeschiene RTL erhalten?

--

6. Welchen Beitrag haben Sie 2011 aus Fördergeldern erhalten?

--

7. Wie hoch waren Ihre sonstigen Einnahmen 2011?

--

8. Wie hoch waren Ihre Technikkosten in 2011?

--

9. Wie hoch waren Ihre Personalkosten 2011?

--

10. Wie hoch waren Ihre sonstigen Kosten 2011?

--

11. Wie viel Gewinn konnten Sie in 2011 erzielen?

--

12. Wie hoch waren die Rücklagen insgesamt, die Sie 2011 gebildet haben?

--

13. Wie lange könnten Sie „durchhalten“, wenn die Förderung zum 31.12.2012 eingestellt werden würde und Sie sich zukünftig wirtschaftlich selbst tragen müssten?

--

14. Vorausgesetzt, Sie hätten einen eigenen 24-Stunden Satellitenkanal. Wie würden Sie die Auswirkungen auf Reichweite und mögliche höhere Werbeeinnahmen bewerten?

Reichweite steigt um	
Reichweite sinkt um	
Werbeeinnahmen steigen um	
Werbeeinnahmen sinken um	

15. Wenn Sie schon einen eigenen Satellitenkanal haben, wie haben sich Reichweite und Werbeeinnahmen bisher tatsächlich ausgewirkt?

Reichweite stieg um	
Reichweite sank um	
Werbeeinnahmen stiegen um	
Werbeeinnahmen sanken um	

16. Welche Initiativen ergreifen Sie, um Ihr Lokal-TV über Satellit besser bekannt zu machen und besser zu vermarkten?

--

17. Wie beurteilen Sie die gemeinsame Werbevermarktung durch TV Bayern?

--

18. Wie haben sich die Einnahmen daraus in den letzten Jahren entwickelt?

--

19. Wie schätzen Sie diese Entwicklung in den nächsten Jahren ein?

--

20. Halten Sie eine nationale gemeinsame Werbevermarktung für sinnvoll? Warum?

--

Personalsituation

21. Wie viele Mitarbeiter haben Sie insgesamt?

--

22. Wie viele davon sind:

Volontäre	
Auszubildende	
in Führungspositionen	
freie Mitarbeiter	

23. Würden Sie sagen, Ihre Mitarbeiter verdienen in den einzelnen Kategorien: (bitte ankreuzen)

dem Tarifvertrag entsprechend bzw. branchenüblich	
ein bisschen mehr	
viel mehr	
weniger	
viel weniger	

24. Wie stark schätzen Sie die Bindung Ihrer Mitarbeiter an das Unternehmen ein?

sehr stark	
stark	
mittel	
schwach	
gar keine Bindung	

25. Bisher sind Sie Dank der Förderung noch nicht dem Druck des Wettbewerbs unterworfen. Wie wichtig ist Ihnen und Ihren Mitarbeitern das journalistische Arbeiten an sich bzw. das Produzieren publizistisch wertvoller Inhalte?

sehr wichtig	
wichtig	
weiß nicht	
nicht so wichtig	
völlig unwichtig	

26. Würden Sie und Ihre Mitarbeiter den Beruf des Journalisten (im Lokal-TV-Sender) noch weiterhin ausüben wollen, wenn Sie in Zukunft ohne eine Förderung auskommen müssten, also weniger publizistisch wertvolle Inhalte produzieren könnten, um am Markt bestehen zu bestehen?

natürlich	
weiß nicht	
niemals	

27. Wenn in einem Unternehmen gespart werden muss, trifft es zu allererst meist die Angestellten. Wenn Sie Ihre Ausgaben weiter optimieren müssten, auf wie viele Mitarbeiter könnten Sie dann noch verzichten (unter der Prämisse, dass das Programm in gleichwertiger Weise weiter produziert werden soll)?

--

28. Wo können Ihrer Meinung nach weitere Ausgaben gespart werden und in welcher Höhe?

Position	€

29. Wo könnten Ihrer Meinung nach mehr Einnahmen generiert werden?

Position	€

Optimierungsmöglichkeiten in der bestehenden Struktur

Das Problem der Lokalen-TV-Sender, warum nicht wirtschaftlich gearbeitet werden kann, sind meist nicht die Ausgaben, sondern die Einnahmen.

30. Werbung im Lokal-TV wird meist als Imagewerbung genutzt und verkauft. Für den mittelständischen Kunden ist es aber wichtig, den Erfolg seiner Werbung messen zu können. Haben Sie schon über Konzepte nachgedacht, statt Imagewerbung gezielte Abverkaufswerbung anzubieten?

Ja, das machen wir bereits und es hat sich gelohnt	
Ja, das machen wir bereits, aber es hat sich nichts verändert	
Wir haben das ausprobiert, aber es hat sich nicht gelohnt, deswegen geben wir das wieder auf	
Nein, das kommt für uns nicht in Frage	
Nein, aber wir arbeiten bereits daran	

31. Die meisten lokalen Fernsehsender verkaufen ihre Werbung deutlich billiger als zum Beispiel die Preise, die für Radio- oder Printwerbung verlangt werden. Im durchschnittlichen Vergleich der Werbepreise könnten die lokalen Fernsehanbieter viel höhere Preise für ihre Fernsehwerbung verlangen. Viele Anbieter schrecken trotzdem davor zurück, höhere Preise zu verlangen, weil sich die Kunden seit vielen Jahren an das bestehende Preisniveau gewöhnt hätten. Da vorher schon festgestellt wurde, dass meist Fernsehwerbung im lokalen Bereich hauptsächlich für Imagewerbung genutzt wird, diese also einen Luxus für den Kunden darstellt, kann man eben diese Kunden schlecht als Stammkunden deklarieren. Schließlich leistet man sich den Luxus einer Imagewerbung nicht regelmäßig. Abgesehen von diesem Argument also, was hindert Sie konkret daran, höhere Preise für Ihre Fernsehwerbung zu verlangen?

--

32. Eventuell könnten auch mehr Einnahmen durch Sponsoring, vor allem im Bereich Business-TV erzielt werden. Oft fehlt in den Redaktionen aber das Know-How, wie ein Beitrag redaktionell so konzipiert wird, dass er im Rahmen von Business-TV versponsert werden kann. Haben Sie geplant, sich in Zukunft verstärkt in diesem Bereich zu engagieren und Ihre Mitarbeiter spezifisch schulen zu lassen?

Ja, das machen wir bereits und es hat sich gelohnt	
Ja, das machen wir bereits, aber es hat sich nichts verändert	
Wir haben das ausprobiert, aber es hat sich nicht gelohnt, deswegen geben wir das wieder auf	
Nein, das kommt für uns nicht in Frage	
Nein, aber wir arbeiten bereits daran	

Um mehr Reichweite und damit mehr Werbeeinnahmen generieren zu können, spielen neue Übertragungsplattformen eine immer wichtigere Rolle. Was halten Sie in diesem Zusammenhang von...

33. IPTV?

34. Mobile TV (DMB & DVB-H)?

35. Smart TV (HbbTV)?

Optimierungsmöglichkeiten mit Strukturveränderung

36. Denken Sie, Sie könnten Kosten sparen, indem Sie Ihr Programm tatsächlich auf 30 Minuten pro Tag verkürzen? Wenn ja, um wie viel?

37. Wie stehen Sie zu dem Vorschlag, lokales Fernsehen auf Regierungsbezirksebene zu veranstalten? Das würde viele Mitarbeiter ihre Stellen kosten, da die meisten Lokalsender dann nur noch eine Art Produktionsbüro oder Zulieferer für die Oberzentren wären, wobei aber dann die Wahrscheinlichkeit sehr viel höher wäre, dass alle Stationen wirtschaftlich tragfähig arbeiten können.

38. Wie groß oder klein dürfte das Sendegebiet eines lokalen Fernsehsenders höchstens oder mindestens sein?

--

39. Wie stehen Sie dazu, dass der BR das jetzige Regionalprogramm der lokalen TV-Stationen in Bayern in sein Programm integrieren könnte.

--

40. Was würden Sie davon halten, wenn die Bayerische Verfassung dahingehend geändert würde, dass Rundfunk in Bayern nicht mehr nur ausschließlich unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft und in öffentlich-rechtlicher Verantwortung (vgl. Art. 111 a Abs. 2 BV) betrieben werden dürfte, sondern ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt werden würde? Also öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander existieren wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands?

--

41. Wie wichtig schätzen Sie die Rolle des derzeitigen lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft ein?

sehr wichtig	
wichtig	
egal	
nicht so wichtig	
völlig unwichtig	

42. Seit über 26 Jahren können die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne eine Förderung nicht kostendeckend arbeiten. Empfinden Sie es als dringendes Erfordernis, ein Konzept zu entwickeln, durch das es möglich ist, dass die bayerischen Lokal-TV-Sender zukünftig auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten können?

sehr wichtig	
wichtig	
egal	
unwichtig	
völlig unwichtig	

Sender: _____

Bearbeitet von: _____

Funktion: _____

Ort, Datum: _____

Vielen herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

3. Auswertung der Fragebögen

Am 28.05.12 wurden insgesamt 16 Fragebögen (siehe Anlage Nr. 2) an alle bayerischen Lokal- und Regionalsender verschickt. Zur Beantwortung wurde eine Zeitspanne von acht Wochen eingeräumt.

9 Sender beantworteten den Fragebogen.

4 Sender beantworteten den Fragebogen unter anderem nicht:

- aus zeitlichen Gründen,
- mit der Begründung zur Verschwiegenheitspflicht,
- weil die Fragen zum Teil als anmaßend empfunden wurden,
- mit der Begründung, die Fördergelder seien für jeden Lokalsender immens wichtig und daher durch die Ergebnisse der Fragebögen keine Spekulationsgrundlage geboten werden soll, ob diese Förderung sinnvoll ist oder nicht. Außerdem könne kein Einfluss auf die Darstellung der Zahlen in dieser Arbeit genommen werden.

3 weitere Sender beantworteten den Fragebogen nicht und wollten auch keine Begründung dafür abgeben.

Da mehr als die Hälfte der Fragebögen beantwortet wurde, ist das Ergebnis repräsentativ.

Einnahmen und Kostenstruktur

1. Kostendeckungsgrad, der 2011 erwirtschaftet wurde:

Ø ca. 88,42 %

2. Kostendeckungsgrad in 2011 ohne Förderung:

Ø ca. 69,1 %

3. Einnahmen, die 2011 aus Werbung erzielt wurden:

Ø ca. 581.985,66 € bzw. Ø 35 %

4. Einnahmen, die 2011 aus Auftragsproduktionen erzielt wurden:

Ø ca. 292.143,16 € bzw. Ø 15 %

5. Einnahmen, die 2011 aus Programmverkäufen erzielt wurden:

Ø ca. 234.100 € bzw. Ø 0,5 %

6. Betrag, der 2011 aus dem Finanzierungsbeitrag stammt:

Ø ca. 187.363,61 € bzw. Ø 10 %

7. Betrag, der 2011 aus Fördergeldern stammt:

Ø ca. 268.417,43 € bzw. Ø 15 %

8. Höhe der sonstigen Einnahmen 2011:

Ø ca. 204.176,76 € bzw. Ø 25 %

(wobei die Summen bei den einzelnen Anbietern hier von ca. 9.000 bis 425.000 Euro reichen)

9. Höhe der Technikkosten 2011:

Ø 229.977,86 € bzw. Ø 33 %

10. Höhe der Personalkosten 2011:

Ø ca. 1.009.776,20 € bzw. Ø 50 %

11. Höhe der sonstigen Kosten 2011:

Ø ca. 465.197,90 € bzw. Ø 17 %

12. Höhe des Gewinns, der in 2011 erzielt wurde:

Ø ca. -125.901,16 € bzw. Ø 1 %

(wobei 71,43 % der Befragten negative Betriebsergebnisse erzielten)

13. Höhe der Rücklagen, die in 2011 gebildet wurden:

Ø ca. 7.571,43 € (wobei 85,71 % der Befragten überhaupt keine Rücklagen bildeten)

14. Dauer, wie lange die Sender „durchhalten“ könnten, wenn die Förderung zum 31.12.2012 eingestellt werden würde und sie sich zukünftig wirtschaftlich selbst tragen müssten:

Ø 37,5 % der Befragten gaben an: 6 – 12 Monate

Ø 25 % der Befragten gaben an: gar nicht = sofortige Einstellung des Sendebetriebs

Ø 37,5 % der Befragten gaben an: sie wissen es nicht

15. Vorausgesetzt, jeder Lokalsender hätte einen eigenen 24-Stunden Satellitenkanal, wird davon ausgegangen, dass die Reichweite um

Ø 16,43 %

steigt und sich somit die Werbeeinnahmen um

Ø 7,86 % erhöhen (wobei 28,57 % glauben, dass die Werbeeinnahmen dadurch nicht steigen werden, obwohl sie von einer steigenden Reichweite überzeugt sind)

16. Diejenigen Sender, die schon einen eigenen Satellitenkanal haben, gaben an, dass die Reichweite bisher um

Ø 30 %

gestiegen ist und sich dadurch die Werbeeinnahmen um

Ø 5 %

erhöht haben.

17. Initiativen, die die Lokal-TV-Sender bisher ergriffen haben, um ihr Lokal-TV über Satellit besser bekannt zu machen und zu vermarkten:

Berichte im Web, Gewinnspiele, Kooperationen mit Elektrofachmärkten bzw. Zusammenarbeit mit regionalen Fachmärkten, Printmedien, Plakate, Buswerbung, TV Promos, Bannerwerbung, Verteilung von Informationsflyern an Veranstaltungen bzw. allg. Flyer-Aktionen, Onlinewerbung, Anzeigenschaltungen und Zeitungsanzeigen, Kundeninformation, Onairwerbung bzw. Promotion im eigenen Programm, Radiowerbung, Social Marketing, PR-Aktionen, allg. Cross-Promotion in Funk, Print und TV

18. Beurteilung der gemeinsamen Werbevermarktung durch TV Bayern:

Alle Befragten beurteilten die gemeinsame Werbevermarktung durch TV Bayern als

- gut bzw. positiv
- sinnvollen Zusammenschluss als Dachvermarkter
- gut, da auch Unternehmen, die kein lokales Budget haben (z. B. Krankenkassen) so in der Region buchen. Die Kannibalisierung der eigenen Werbezeiten und Vermarktungsflächen sei aber problematisch.
- perspektivisch gut
- gut, aber optimierbar
- gut, aber auf niedrigstem Niveau lediglich erfolgreich

19. Die Einnahmen daraus haben sich in den letzten Jahren wie folgt entwickelt:

Ø 77,78 % der Befragten gaben an: positiv, lediglich positiv, steigend bzw. stetig wachsend, aber derzeit noch auf niedrigstem Niveau
 Ø 11,1 % der Befragten gaben an: die Einnahmen würden von Jahr zu Jahr schwanken
 Ø 11,1 % der Befragten gaben an: stabil

20. Einschätzung dieser Entwicklung in den nächsten Jahren:

Ø 44,4 % der Befragten gaben an: gleichbleibend (weil es keinen bayernweiten TV-Markt gäbe), kaum Steigerung möglich, schwierig
 Ø 33,3 % der Befragten gaben an: positiv bzw. steigend
 Ø 11,1 % der Befragten gaben an: das sei nicht absehbar
 Ø 11,1 % der Befragten gaben an: die gemeinsame Werbevermarktung bilde die Basis für eine notwendige überregionale Vermarktung

21. Eine nationale gemeinsame Werbevermarktung beurteilen

<p>Ø 75 % der Befragten als nicht sinnvoll, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> - der/das Vorteil/Alleinstellungsmerkmal gegenüber Nationalen im Regionalen/Lokalen liege - es zu wenig überregionale Werbekunden gäbe, die in dem Bereich Werbung machen möchten - neben den Angeboten vieler nationaler Sender eine weitere nationale Werbevermarktung weder wirtschaftlich noch logistisch sinnvoll sei - so weitere Flächen für die Vermarktung wegfallen würden, die sich lokal teurer verkaufen lassen als bayernweit oder gar national. Wenn überhaupt, könne diese Vermarktung nur außerhalb der Primetime des lokalen Fernsehens stattfinden.
<p>Ø 25 % der Befragten durchaus als sinnvoll,</p> <ul style="list-style-type: none"> - aber schwer durchführbar - da beispielsweise analog der Radiobereich bereits erfolgreich national vermarktet würde (RMS)

Personalsituation

22. Die lokalen TV-Stationen beschäftigen

Ø 34 Mitarbeiter

23. Davon sind

Ø 4 Volontäre/Volontärinnen
Ø 3 Azubis
Ø 4 in Führungspositionen
Ø 5 freie Mitarbeiter

24. Die Mitarbeiter verdienen in den einzelnen Kategorien:

dem Tarifvertrag entsprechend bzw. branchenüblich	sagten 50 % der Befragten
ein bisschen mehr	
viel mehr	
weniger	sagten 50 % der Befragten
viel weniger	

25. Die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen ist schätzungsweise:

sehr stark	
stark	sagten 66,67 % der Befragten
mittel	sagten 33,33 % der Befragten
schwach	
gar keine Bindung	

26. Bisher sind die lokalen TV-Stationen Dank der Förderung noch nicht dem Druck des Wettbewerbs unterworfen. Das journalistische Arbeiten an sich bzw. das Produzieren publizistisch wertvoller Inhalte ist den Mitarbeitern der lokalen TV-Stationen

sehr wichtig	sagten 88,89 % der Befragten
wichtig	sagten 11,11 % der Befragten
weiß nicht	
nicht so wichtig	
völlig unwichtig	

27. Selbst wenn es in Zukunft keine Förderung mehr gäbe, würden die Mitarbeiter den Beruf des Journalisten (im Lokal-TV-Sender) noch weiterhin ausüben wollen, sogar unter der Prämisse, dass dann weniger publizistisch wertvolle Inhalte produziert werden könnten:

natürlich	sagten 44,44 % der Befragten
weiß nicht	sagten 22,22 % der Befragten
niemals	sagten 33,33 % der Befragten

28. Wenn in einem Unternehmen gespart werden muss, trifft es zu allererst meist die Angestellten. Falls die Lokal-TV-Stationen ihre Ausgaben weiter optimieren müssten, könnten sie (unter der Prämisse, dass das Programm in gleichwertiger Weise weiter produziert werden soll) auf

Ø 1 Mitarbeiter verzichten (wobei 87,5 % der Befragten angaben, auf keinen einzelnen Mitarbeiter verzichten zu können. Die Spanne reicht hier von 0 bis 5 Mitarbeiter.)
--

29. Weitere Ausgaben könnten gespart werden in Höhe von:

ca. 11.000 € (diese Kosteneinsparung bezöge sich vor allem auf die KfZ-Kosten und das Büro-material, wobei 83,33 % der Befragten angaben, es könnten 0 € der Ausgaben gespart werden)
--

30. Mehr Einnahmen könnten vor allem in den Bereichen:

- Werbung
- Sponsoring
- Erreichbarkeit aller Haushalte
- TV Werbung (aber schwierig)
- TV Produktionen (aber schwierig)
- Online-Werbung (in Höhe von ca. 20.000 €)
- Auftragsproduktionen (in Höhe von ca. 50.000 €)
- Social-Marketing
- Veranstaltungen

generiert werden.

Optimierungsmöglichkeiten in der bestehenden Struktur

Das Problem der Lokalen-TV-Sender, warum nicht wirtschaftlich gearbeitet werden kann, sind meist nicht die Ausgaben, sondern die Einnahmen.

31. Werbung im Lokal-TV wird meist als Imagewerbung genutzt und verkauft. Für den mittelständischen Kunden ist es aber wichtig, den Erfolg seiner Werbung messen zu können. Haben die Lokal-TV-Stationen bereits über Konzepte nachgedacht, statt Imagewerbung gezielte Abverkaufswerbung anzubieten?

Ja, das machen wir bereits, und es hat sich gelohnt	sagten 55,56 % der Befragten
Ja, das machen wir bereits, aber es hat sich nichts verändert	sagten 44,44 % der Befragten
Wir haben das ausprobiert, aber es hat sich nicht gelohnt, deswegen geben wir das wieder auf	
Nein, das kommt für uns nicht in Frage	
Nein, aber wir arbeiten bereits daran	

32. Die meisten lokalen Fernsehsender verkaufen ihre Werbung deutlich billiger als beispielsweise zu Preisen, die für Radio- oder Printwerbung verlangt werden. Im durchschnittlichen Vergleich der Werbepreise könnten die lokalen Fernseh-anbieter viel höhere Preise für ihre Fernsehwerbung verlangen. Viele Anbieter schrecken trotzdem davor zurück, höhere Preise zu verlangen, weil sich die Kunden seit vielen Jahren an das bestehende Preisniveau gewöhnt hätten. Da vorher schon festgestellt wurde, dass meist Fernsehwerbung im lokalen Bereich hauptsächlich für Imagewerbung genutzt wird, diese also einen Luxus für den Kunden darstellt, kann man eben diese Kunden schlecht als Stammkunden deklarieren. Schließlich leistet man sich den Luxus einer Imagewerbung nicht regelmäßig. Abgesehen von diesem Argument also, was hindert die Lokal-TV-Stationen konkret daran, höhere Preise für Ihre Fernsehwerbung zu verlangen?

66,67 % der Befragten gaben an,

- die Preise würden bereits über denen der Wettbewerber liegen,
- die Preise seien zur Zeit angemessen bzw. bestehe bereits ein angepasstes Preisniveau mit marktgerechten Preisen,
- die Preise würden nicht weit entfernt von Radio- oder Printwerbung liegen. Im Zuge der Reichweitenverbesserung durch die neuen Satellitenkanäle sei eine Preiserhöhung geplant. Es komme letztendlich auch auf die wirtschaftliche Gesamtsituation im Sendegebiet an. Durch entsprechende Preisgestaltung könnten auch diese Kunden als Stammkunden gewonnen werden.

22,22 % der Befragten gaben an,

- sie könnten keine höheren Preise wegen des Streuverlustes verlangen
- sie könnten keine höheren Preise wegen der bestehenden Marktsituation von sinkenden Radio- und Anzeigenpreisen verlangen

11,11 % der Befragten gaben an,

- Imagewerbung sei keine „Luxuswerbung“, sondern notwendig, um dauerhaft bekannt zu sein. Hätte man genug Kunden, könne man auch die Werbepreise erhöhen.

33. Eventuell könnten auch mehr Einnahmen durch Sponsoring vor allem im Bereich Business-TV erzielt werden. Oft fehlt in den Redaktionen aber das Know-How, wie ein Beitrag redaktionell so konzipiert wird, dass er im Rahmen von Business-TV versponsert werden kann. Haben die Lokal-TV-Stationen geplant, sich in Zukunft verstärkt in diesem Bereich zu engagieren und ihre Mitarbeiter spezifisch schulen zu lassen?

Ja, das machen wir bereits, und es hat sich gelohnt	sagten 25 % der Befragten
Ja, das machen wir bereits, aber es hat sich nichts verändert	sagten 62,5 % der Befragten
Wir haben das ausprobiert, aber es hat sich nicht gelohnt, deswegen geben wir das wieder auf	
Nein, das kommt für uns nicht in Frage	
Nein, aber wir arbeiten bereits daran	sagten 12,5 % der Befragten

Um mehr Reichweite und damit mehr Werbeeinnahmen generieren zu können, spielen neue Übertragungsplattformen eine immer wichtigere Rolle. Was halten die Lokal-TV-Stationen in diesem Zusammenhang von...

34. IPTV?

Wichtig , falls finanzierbar, sagten 66,67 % der Befragten
Nicht wichtig, weil <ul style="list-style-type: none"> - dies noch keine Auswirkung auf die Wirtschaftlichkeit hätte, - dies in der Fläche, vor allem in ländlichen Regionen noch keine Reichweite wegen fehlender Empfangsmöglichkeiten (z. B. Breitbandnetze) hätte sagten 33,33 % der Befragten.

35. Mobile TV (DMB & DVB-H)?

Wichtig und durchaus interessant, falls finanzierbar, sagten 55,56 % der Befragten
Nicht wichtig, <ul style="list-style-type: none"> - weil dies noch keine Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit hätte, - weil dies noch keine Relevanz hätte, sagten 44,44 % der Befragten

36. 35. Smart TV (HbbTV)?

Wichtig bzw. sehr wichtig, falls finanzierbar, sagten 77,78 % der Befragten

Nicht wichtig, weil

- dies noch keine Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit hätte,
- weil dies vom Zuschauer noch nicht akzeptiert wäre,

sagten 22,22 % der Befragten.

Optimierungsmöglichkeiten mit Strukturveränderung

37. Denken die Lokal-TV-Stationen, sie könnten Kosten sparen, indem sie ihr Programm tatsächlich auf 30 Minuten pro Tag verkürzen? Wenn ja, um wie viel?

85,71 % der Befragten sagten „Nein“, weil

- ihr Programm bisher sowieso nur 30 Minuten lang ist
- auch die lokale TV-Werbung entsprechende Programmumfelder benötigen würde.

Der Rest der Befragten gab an, dass dadurch durchaus Kosten in Höhe von ca. 100.000 € gespart werden könnten.

38. Wie stehen die Lokal-TV-Stationen zu dem Vorschlag, lokales Fernsehen auf Regierungsbezirksebene zu veranstalten? Das würde viele Mitarbeiter ihre Stellen kosten, da die meisten Lokalsender dann nur noch eine Art Produktionsbüro oder Zulieferer für die Oberzentren wären, wobei aber dann die Wahrscheinlichkeit sehr viel höher wäre, dass alle Stationen wirtschaftlich tragfähig arbeiten können.

88,89 % der Befragten halten von diesem Vorschlag nichts, weil

- dies unter Umständen das Zusammenlegen verschiedener Wirtschaftsräume zur Folge hätte, die ohne Bezug zueinander stünden und die Kosten dadurch auch nur bedingt sinken würden. Außerdem würde die Relevanz des Programms sinken.
- dies nicht mit dem bisherigen Verhalten der Bürger gleichgesetzt werden könne,
- dies das bayerische Lokal-TV-Konzept ad absurdum führen würde. TV auf Regierungsbezirksebene sei sowohl inhaltlich als auch wirtschaftlich gesehen Unsinn.
- obwohl dies wirtschaftlich gesehen ein wichtiger Ansatzpunkt sei, der USP des regionalen Fernsehens dadurch verloren gehe, da Zuschauer genau das schätzen würden, was dann nicht mehr geboten werden könne (vor Ort, Lokalität, Fernsehen zum Anfassen, Nähe zum Zuschauer).
- das wichtigste Vermarktungsargument die Lokalität sei. Das würde dadurch aufgeweicht und gelte auch für das Programmprofil. Der wichtigste Einschaltgrund seien Berichte aus dem eigenen Lebensumfeld. Diese würden durch größere Sendegebiete zwangsläufig weniger werden.
- man dann nicht mehr von Lokalfernsehen sprechen könne. Viele Seher interessiere zudem schon nicht mehr, was über 90 km weit weg sei.

11,11 % der Befragten gaben an,

- dieser Vorschlag sei unter einer wirtschaftlichen Förderung **durchaus denkbar**.

39. Wie groß oder klein dürfte das Sendegebiet eines lokalen Fernsehsenders höchstens oder mindestens sein?

Die Befragten gaben an,

- die Aufteilung müsse nach Wirtschaftsräumen stattfinden.
- der Status quo in Bayern sei ein Minimum. Sonst gehe jedwede Lokalität und Regionalität verloren. Außerdem sei eine Konkurrenz mit dem Bayerischen Fernsehen nicht sinnvoll und zielführend.
- dies sei schwer zu pauschalisieren und komme auf die einzelnen, regionalen Wirtschafts-, Interessen- und Lebensräume an.
- mit der Größe ihres Sendegebiets seien sie zufrieden. Es sei genau richtig groß.
- es sollte eher Subregionalisierung stattfinden. Ein Programm je Regierungsbezirk sei zu groß für kleingliedrige Vermarktung

40. Wie stehen die Lokal-TV-Stationen dazu, dass der BR das jetzige Regionalprogramm in sein Programm integrieren könnte? Damit wären die lokalen Fernsehstationen überflüssig. Sie könnten jedoch dann zumindest als eine Art Produktionsfirma für den BR Beiträge produzieren. In kleinerem Stil als jetzt, aber dafür höchstwahrscheinlich wirtschaftlich tragfähig.

66,67 % der Befragten halten diesen Vorschlag für nicht sinnvoll, weil

- es auf Grund journalistischer Vielfalt uninteressant sei, aber auch hinsichtlich Quantität und Ausrichtung der Programme wenig durchführbar.
- dieses Konzept bereits durchgerechnet worden wäre – und abgelehnt worden sei.
- der BR gar nicht die Programmfläche für diese Erweiterung hätte.
- weil die wirklich lokale Berichterstattung sicher auf der Strecke bleiben würde. Zudem sei die Rückkehr zu einem öffentlich-rechtlichen Monopol sicher nicht der richtige Weg.

11,11 % der Befragten hielten diesen Vorschlag für sehr interessant.

22,22 % der Befragten befürworten eine Kooperation mit dem BR:

Die Gesamtförderung aus dem Staatshaushalt hätte (einmal) 9 Mio. €/Jahr betragen. Das sei ca. 1 % des Jahresbudgets des Bayerischen Fernsehens. Mit dieser Investition könnte der BR das System stützen und auf ein weitverzweigtes Korrespondentennetz zurückgreifen.

41. Was würden die Lokal-TV-Stationen davon halten, wenn eine Änderung der Bayerischen Verfassung dahingehend erfolgte, dass Rundfunk in Bayern nicht mehr nur ausschließlich unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft und in öffentlich-rechtlicher Verantwortung (vgl. Art. 111 a Abs. 2 BV) betrieben werden dürfte, sondern ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt werden würde? Also öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander existieren wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands?

42,86 % der Befragten halten von diesem Vorschlag nichts, weil

- die „Bayerische-Verfassungs-Lösung“ ein in Deutschland einmaliges regionales TV-Konzept ermöglicht habe und die Träger zu einer adäquaten Förderung verpflichtete
- man in Bayern bisher so gut gefahren sei und das System deshalb auch so bleiben sollte. Die anderen Bundesländer sollten demnach auch so verfahren. Dann könnte das Lokalfernsehen über die Landesmedienanstalten an den GEZ-Gebühren beteiligt werden. Das wäre die beste Lösung für die Zukunft.

42,86 % der Befragten halten diesen Vorschlag für richtig und überlegenswert

14,28 % der Befragten haben die Frage nicht verstanden bzw. gehen davon aus, dass auch in Bayern ein duales Rundfunksystem existiere

42. Wie wichtig schätzen die lokalen TV-Stationen die Rolle des derzeitigen lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft ein?

sehr wichtig	sagten 77,78 % der Befragten
wichtig	sagten 22,22 % der Befragten
egal	
nicht so wichtig	
völlig unwichtig	

43. Seit über 26 Jahren können die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne eine Förderung nicht kostendeckend arbeiten. Empfinden es die bayerischen Lokal-TV-Anbieter als dringendes Erfordernis, ein Konzept zu entwickeln, durch das es möglich ist, dass sie zukünftig auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten können?

sehr wichtig	sagten 66,67 % der Befragten
wichtig	sagten 33,33 % der Befragten
egal	
unwichtig	
völlig unwichtig	

4. Experteninterview: Prof. Dr. Rupert Stettner, Rektor der Hochschule für Politik in München (HfP)

Vereinbarkeit des Art. 111 a BV mit höherrangigem Recht

Verstoß gegen Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG

1. Nach Art. 5 Abs. 2 Satz 1 GG ergibt sich laut Lorenzmeier aus der Rundfunkfreiheit ein Anspruch der Rundfunkbetreiber auf Zulassung. In Bayern „können“ von der BLM Lizenzen auf Grund Art. 23 Abs. 2 Satz 1 i. V. M. Art. 26 BayMG vergeben werden. Wird hierdurch das Recht der Rundfunkfreiheit und der sich daraus ergebende Anspruch auf Zulassung beschnitten?

Nein, ein voller Anspruch auf Zulassung der privaten Anbieter besteht nicht, es gibt nur seit der „Extra-Radio-Entscheidung“ des Bundesverfassungsgerichts einen Anspruch auf Grundrechtsberücksichtigung im Zuteilungsverfahren. Für die Zulassung zum Rundfunk müssen bestimmte Bedingungen erfüllt werden, die im Bayerischen Mediengesetz klar vorgegeben sind.

2. Kollidieren hier zwei Grundrechtspositionen (BLM und Private)? Wie äußert sich das im Abwägungsfall?

Nach der genannten Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts steht den privaten Anbietern zwar ein Grundrechtsberücksichtigungsanspruch zu, das Rundfunkgrundrecht der BLM als öffentlich-rechtlicher Anstalt wird aber nicht ausgeschlossen. Diese beiden Rechte bestehen nebeneinander, sind aber miteinander abzuwägen, wobei ein schonender Ausgleich herbeizuführen ist. Es dürfte aber richtig sein, der BLM hier eine stärkere Stellung einzuräumen, da sie die Letztverantwortung über das Programmangebot hat und Art. 111a Abs. 2 Satz 1 BV vom Bundesverfassungsgericht nicht angezweifelt wird.

3. Angenommen, die BLM (auf Grund von Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV) und die privaten Anbieter (auf Grund von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) wären gleichwertige Grundrechtsträger. Würde dann nicht der Vorbehalt der Veranstaltung des Rundfunks ausschließlich „in öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft“ völlig ausgehebelt?

Das ist ganz richtig, dass bei gleichwertigen Grundrechtspositionen der Trägerschaftsvorbehalt der BLM untergraben würde. Da sie aber, wie bereits gesagt,

die Letztverantwortliche ist, ist ihre Grundrechtsposition zumindest in Extremfällen als gewichtiger einzustufen. Die Abwägung hängt ja ganz generell von den verschiedensten Faktoren ab. Hier können die Anbieter gegenüber gewichtigen Grundrechtsbelangen der BLM nicht unbedingt verlangen, mit ihren programmlichen Vorstellungen durchzudringen.

Verstoß gegen Art. 10 EMRK

4. Art. 10 Abs. 1 EMRK garantiert die freie Meinungsäußerung. In der Rechtssache „Informationsverein Lentia“ (Österreichisches Rundfunkmodell) hat der EGMR festgelegt, dass von allen zur Verfügung stehenden Eingriffsmöglichkeiten ein öffentliches Monopol das weitreichendste Mittel sei, dieses Recht zu beschränken. Ein solcher Eingriff könne unter Berücksichtigung seiner Tragweite nur gerechtfertigt sein, wenn er einem zwingenden sozialen Bedürfnis entspreche. In der Sache „Informationsverein Lentia“ hat der EGMR das Vorliegen eines solchen Bedürfnisses verneint, also die Verhältnismäßigkeit eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols abgelehnt. Statuiert Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV ein öffentlich-rechtliches Monopol in diesem Sinne?

Ein Verstoß gegen Art. 10 EMRK liegt nicht vor. Nur weil Rundfunk wegen Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV in Bayern lediglich unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft stattfinden kann, heißt das nicht, dass ein öffentlich-rechtliches Monopol mit Ausschlusscharakter besteht. Die BLM bedient sich ausschließlich der privaten Anbieter, sie produziert selbst keine Programme. Damit ist also auch nach dem bayerischen alternativen Rundfunkmodell für Private der Weg zum Rundfunk offen. In Österreich war dagegen für private Anbieter kein Weg zum Rundfunk eröffnet. In Bayern bringen aber Private ihr Programm ein, das heißt, es besteht kein öffentlich-rechtliches Monopol. Außerdem kann jeder, der ein Rundfunkprogramm anbieten möchte, auch auf jedes andere Bundesland ausweichen, um von dort aus nach Bayern zu senden. Für den wichtigsten Zulassungsfall, die Zulassung bundesweit verbreiteter Programme, ist seit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ohnehin nicht mehr eine einzelne Medienanstalt, also auch nicht die BLM, sondern die zentrale Zulassungs- und Aufsichtskommission (ZAK) zuständig. Hier ist also von einem Monopol nach Art. 111a Abs. 2 Satz 1 ohnehin keine Rede.

Verstoß gegen die Niederlassungs- (Art. 49 AEUV) oder Dienstleistungsfreiheit (Art. 56 AEUV)

5. Art. 26 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 BayMG besagt, dass die Anbieter von Lokal-TV in Bayern ihren Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland haben müssen. Art. 25 Abs. 4 Satz 3 BayMG ergänzt, dass bei der Auswahl durch die BLM diejeni-

gen Anbieter besonders berücksichtigt werden, die einen örtlichen Bezug zum Sendegebiet haben. Außerdem limitiert die BLM Lizenzen möglichst so, dass es pro Versorgungsgebiet nur einen Anbieter gibt. Stellen die Art. 25 und 26 BayMG daher einen Verstoß gegen Art. 56 AEUV dar?

Nein, ein Verstoß gegen die Dienstleistungs- oder Niederlassungsfreiheit nach dem AEUV besteht ebenfalls nicht. Diese Grundfreiheiten bestehen nicht absolut, sondern sind normativ auszugestalten und es ist sicherlich kontraproduktiv, wenn jemand seinen Sitz 200 km weit weg von dem Gebiet hat, über das er senden möchte. Das ist doch dann kein Lokalfernsehen mehr. Da fehlt der lokale Bezug. Für Inländer, die regelmäßig vor allem für Lokal-TV in Betracht kommen, sind ohnehin strengere Regelungen möglich (Prinzip der zulässigen Inländerdiskriminierung). Eine Regelung, wie sie im Bayerischen Mediengesetz getroffen wurde, ist deshalb einwandfrei und rechtlich zulässig.

Grundversorgungsauftrag

6. Ein Grundversorgungsauftrag wird im Schrifttum oft an drei Kriterien festgemacht. 1. Eine Übertragungstechnik ist notwendig, bei der ein Empfang für alle sichergestellt ist. 2. Es muss ein allumfassendes Angebot gewährleistet werden. 3. Eine gleichgewichtige Vielfalt in der Darstellung der bestehenden Meinungsrichtungen muss gesichert sein. Nach § 11 RStV ist nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Grundversorgung übertragen worden. Stellt Art. 23 Abs. 2 bis 4 BayMG einen Grundversorgungsauftrag an die lokalen und regionalen Fernsehsender dar?

7.

Meiner Meinung nach besteht schon ein Grundversorgungsauftrag für den lokalen und regionalen Bereich – allerdings nicht für die privaten Anbieter, sondern für die BLM. Sie ist diejenige, die den Rundfunk veranstaltet und deswegen auch Adressatin des Grundversorgungsauftrages. Sie nutzt allerdings die privaten Angebote, um den Grundversorgungsauftrag zu erfüllen. Ich sehe hier auch im Hinblick auf die genannten Kriterien keine unerfüllbaren Probleme, zumal auch die technische Reichweite ständig wächst.

8. Die Rundfunkgebühr dient dazu, den Grundversorgungsauftrag zu erfüllen (= Insolvenzsicherheit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, also Bestandsschutz). Ein entscheidendes Element für die Inanspruchnahme eines Grundversorgungsauftrages ist laut Lorenzmeier die Insolvenzsicherheit des Anbieters. Nach dem BayMG und der Altmark Trans Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts darf der finanzielle Ausgleich (Förderung der Lokal-TV-Anbieter) nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist, um die anfallenden Kosten der Anbieter ganz oder teilweise zu decken. Das heißt, die Anbieter

können nur in begrenztem Maße Rücklagen bilden oder Gewinn erwirtschaften. Schlussfolgernd sind sie nicht vor Insolvenz gefeit (vgl. auch Bsp. Kirch-Insolvenz bei tv.münchen). Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um den TV-Anbietern ausreichende Insolvenzversicherung zu verschaffen, damit ein Grundversorgungsauftrag beansprucht werden kann? Reicht i. d. S. eine staatliche Förderung als Sicherheit auch schon aus?

Wenn eine staatliche Förderung gesetzlich dauerhaft gesichert werden sollte, wäre das natürlich nur von Vorteil. Ich denke aber nicht, dass der Grundversorgungsauftrag von einer Konkursversicherung abhängig gemacht werden muss. In dem Fall, dass ein Anbieter insolvent geht, kann die BLM ja einen anderen Bewerber betrauen. Genügend gäbe es ja. Außerdem kündigt sich so eine Insolvenz über einen längeren Zeitraum an und die BLM ist mit ausreichenden Finanzmitteln ausgestattet, sodass sie dem betroffenen Anbieter finanziell unter die Arme greifen kann, um eine Insolvenz abzuwenden. Und wenn dies trotzdem nicht möglich ist, stehen ja wie gesagt viele andere Unternehmen zur Verfügung, die nur auf eine Lizenz warten. Aber nochmal, der Grundversorgungsauftrag ist meines Erachtens nicht an eine Finanzierungsart geknüpft. Die BLM erfüllt mit Hilfe der privaten Anbieter einen öffentlich-rechtlichen, gesetzlich auferlegten Programmauftrag. Die lokalen und regionalen Programme mit ihren sachlichen Inhalten und ihren kulturellen und informativen Angeboten aus der Region erbringen auch eine Grundversorgung für ihren Bereich. Dagegen gibt es doch keine Kriterien, die ihnen das absprechen können. Eine Finanzierung aus der Rundfunkgebühr wäre natürlich die beste Lösung für das Ganze. Anscheinend sehen die anderen Länder den Grundversorgungsauftrag bei den bayerischen Lokalsendern jedoch nicht. Vielleicht ändert sich das ja noch.

9. 2011 erreichten die bayerischen Lokalsender eine technische Reichweite von 74,1 %. Wobei diese Reichweite in den letzten Jahren stetig gestiegen ist und auch zukünftig von einem wachsenden Trend ausgegangen werden kann. Kritiker des bayerischen Lokal-TV-Systems wollen bei den lokalen Anbietern keinen Grundversorgungsauftrag sehen. Dies begründen sie mit einer zu geringen Reichweite, denn es soll ja ein Empfang für alle sichergestellt sein. Wie sehen Sie das vor dem Hintergrund, dass die Reichweite der lokalen Fernsehsender stetig zunimmt?

Auch hier finde ich nicht, dass man das von gegenwärtigen Reichweiteverhältnissen abhängig machen kann. Früher haben auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten technisch nicht alle Zuschauer zu Hause vor dem Fernseher erreicht. Und hat man ihnen deshalb den Grundversorgungsauftrag abgesprochen? Nein. Und der Trend ist ja stetig am Steigen. Vor allem wenn tatsächlich

jeder Lokalsender seinen eigenen Satellitenkanal bekommen sollte. Man muss dem Ganzen einfach noch ein bisschen Zeit geben. Alles andere wäre ein Rückschritt.

10. In Art. 23 Abs. 2 Satz 1 BayMG „kann“ die BLM Anbieter betrauen, muss aber nicht. Die Betrauung liegt also laut Gesetzgeber im Ermessen der BLM. Ein zwingender Charakter der Betrauung ist deshalb nicht gegeben. Insofern wäre eine Grundversorgung nicht sichergestellt - oder doch?

Wie gesagt liegt der Grundversorgungsauftrag bei der BLM. Es ist deshalb völlig unerheblich, „wen“ sie „wann“ und „wie“ betraut. Es liegt in ihrem Ermessen, wie sie den Auftrag erfüllt, sie muss ihn nur erfüllen. Deswegen ist die Vorschrift im Bayerischen Mediengesetz, so wie sie ist, auch absolut richtig und muss nicht geändert werden.

11. Ein allumfassendes Angebot ist eine zwingende Voraussetzung für die Grundversorgung. Nach dem BayMG ist das lokale Programm zeitlich beschränkt. Erscheint im Durchschnitt der bayerischen Lokalsender ein täglich aktuelles Programm von ca. einer Stunde als ausreichend, um einen Grundversorgungsauftrag für sich zu beanspruchen?

Hier geht es doch nicht um die Länge! Für einen Lokalsender ist es doch völlig unmöglich, in seinem kleinen Versorgungsgebiet ein 24-Stunden-Programm zu produzieren. Die finanziellen Möglichkeiten einmal beiseite gelassen gibt das Sendegebiet doch gar nicht so viel Stoff her. Wenn alle wichtigen Inhalte – informativ, politisch, kulturell, kirchlich usw. – im Programm abgedeckt sind, reicht doch eine Stunde. Also ich sehe hier kein Hemmnis.

12. An den Grundversorgungsauftrag ist auch das Verbot vorrangiger Wirtschaftswerbung zur Programmfinanzierung geknüpft. Die privaten Lokal-TV-Anbieter in Bayern finanzieren sich ca. zur Hälfte aus Werbung. Wäre die Hälfte der Einnahmen aus Werbung schon zu viel, um einen Grundversorgungsauftrag für sich beanspruchen zu können?

Wo soll denn das herkommen? Privatsender müssen sich ja aus Werbung finanzieren. Da die BLM die Aufsicht über das Programm hat, wird von ihr schon verantwortlich kontrolliert, dass das Programm nicht zu werbelastig ausfällt. Im Bayerischen Mediengesetz sind die Werbezeiten ja genau festgelegt. Wenn die Werbeeinnahmen den Lokalsendern nicht reichen, um kostendeckend arbeiten zu können, können natürlich Zuschüsse oder Förderungen ausgegeben werden, aktuell aus dem Staatshaushalt. Das ist völlig in Ordnung so. Aber mit der

Grundversorgung hat das nichts zu tun. Die leisten sie ja trotzdem, ob mit oder ohne Werbung.

Gebot der Staatsferne des Rundfunks

13. Staatsferne bedeutet Programmautonomie der Anstalten. Rundfunk muss demnach programminhaltlich und finanziell staatsfrei organisiert sein. Art. 23 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 und 2 BayMG regeln detailgetreu den Programmumfang der Angebote der lokalen Sender. Liegt hier ein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne vor? Wie wäre dieser Verstoß zu beheben?

Die BLM bekommt die Mittel ja vom Staat. Und diese Mittel gibt sie in eigener Verantwortung nach dem Gleichheitssatz an die lokalen Fernsehstationen weiter. Wobei beim Gleichheitssatz auch der unterschiedliche Bedarf, also Größe des Senders, wirtschaftliche Situation usw. beachtet werden muss. Da die BLM eine staatsfreie Anstalt ist, wird das staatliche Geld sozusagen neutral, sobald es bei der BLM angekommen ist und an die lokalen Fernsehstationen ausgegeben wird. Die Finanzierung aus dem Staatshaushalt verstößt demnach nicht gegen das Gebot der Staatsferne.

14. Muss die Höhe der zur Verfügung stehenden Fördermittel gesetzlich bestimmt sein, damit keine Willkür unterstellt werden kann? Wenn ja, warum und in welchem Umfang?

Da kommen wir wieder zum Gleichheitssatz. Das heißt, alle Anbieter sind bei der Förderung gleich zu behandeln. Wobei das eben von verschiedenen Kriterien abhängig ist. Wie groß ist der Sender, wie viel Programm produziert er, wie viele Ausgaben und Einnahmen hat er... Als staatsfrei organisierter Anstalt ist der BLM hier aber zu vertrauen, dass sie die Mittel adäquat weitergibt. Um mehr Transparenz herstellen zu können, vor allem in Zeiten, in denen jeder alles offenlegen muss – das war ja früher nicht so, wäre allerdings eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs eines jeden Senders zu empfehlen. Dann kann auch keine Willkür unterstellt werden.

15. Wäre die nötige Staatsferne gegeben, wenn die Förderung aus staatlichen Mitteln z. B. nur zur Förderung der technischen Infrastruktur verwandt werden würde und nicht zur inhaltlichen Programmförderung, wie dies zukünftig geplant ist?

Ja, das würde ich befürworten. Auf jeden Fall würde man sich damit von dem Vorwurf übermäßiger Staatsbindung noch weiter entfernen.

Vereinbarkeit mit dem Beihilferecht der EU

16. Art. 107 Abs. 1 AEUV besagt, dass staatliche Beihilfen mit dem Binnenmarkt unvereinbar sind. Der Beihilfetatbestand ist dann erfüllt, wenn 1. der gewöhnliche Wirtschaftsprozess durch den staatlichen Vorteil negativ beeinflusst wird und 2. eine Fördermaßnahme nicht der gesamten Wirtschaft zugutekommt. Außer es werden als Gegenleistung Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse erbracht. (Art. 106 Abs. 2 AEUV) Nach Art. 23 Abs. 7 Satz 1 bis 4 BayMG stammen die Fördermittel für die privaten Lokal-TV-Anbieter aus dem Staatshaushalt. Deshalb sind sie nach Lorenzmeier zunächst als Beihilfen zu definieren. Im Folgenden muss deshalb geprüft werden, ob es anwendbare Ausnahmen gibt.

Die Förderung der lokalen Fernsehanbieter hat doch keine negativen Auswirkungen auf den Binnenmarkt. Andere Unternehmen in der EU werden doch nicht negativ beeinflusst, wenn die lokalen Fernsehsender hier eine Förderung bekommen. Der Wettbewerb findet ja schließlich nur auf der lokalen Ebene in Bayern statt. Also die Förderung ist meiner Meinung nach schon von vornherein nicht als verbotene Beihilfe im Sinne des AEUV einzustufen. Das Bayerische Mediengesetz verstößt da nicht gegen das europäische Wettbewerbsrecht. Wir brauchen deswegen auch gar nicht die Kriterien für eine Ausnahme vom Beihilfetatbestand zu prüfen, wenn gar keine verbotene Beihilfe vorliegt.

Abgesehen davon, dass sowieso keine verbotene Beihilfe vorliegt, ist meines Erachtens auf jeden Fall, wie bereits gesagt, eine regelmäßige Ermittlung des Finanzbedarfs vergleichbar der KEF zu empfehlen, wie das in der Altmark Trans Rechtsprechung gefordert wurde. Das schafft mehr Transparenz. Dadurch könnte eindeutig überprüft werden, wie viel Geld die einzelnen Sender überhaupt brauchen, und wie viel sie von der BLM dann im Endeffekt bekommen haben.

Prinzipieller Widerspruch:

17. Aus dem Grundsatz der Staatsferne des Rundfunks im deutschen Recht ergibt sich, dass der Staat den Rundfunkveranstaltern die Mittelverwendung nicht detailgetreu vorschreiben darf. Damit eine Beihilfe durch Art. 106 Abs. 2 und Art. 107 Abs. 1 AEUV europarechtlich aber gerechtfertigt ist, wird ein genaues staatliches Vorschreiben der Mittelverwendung verlangt (Transparenzgebot). Wie ist der Konflikt des Art. 5 GG (Verbot eines detailgenauen Programmauftrags) mit AEUV (Versorgungsauftrag so präzise wie möglich definieren) zu lösen?

Wie gesagt, besteht da überhaupt kein Widerspruch. Das europäische Wettbewerbsrecht ist hier gar nicht anzuwenden, deswegen kann auch nicht verlangt werden, dass das Festschreiben der Mittelverwendung so detailgenau erfolgen muss. Hier gilt nur das deutsche bzw. das bayerische Recht. In dem Umfang, wie die Ausformulierungen im Bayerischen Mediengesetz getroffen worden sind, ist das genau richtig.

Staatliche Finanzierungsverantwortung

18. Angenommen, es besteht ein Grundversorgungsauftrag. Lässt sich daraus die Garantie einer aufgabenangemessenen, hinreichenden Finanzausstattung (also ein rechtlicher Anspruch auf Förderung) ableiten? Wenn kein Grundversorgungsauftrag der Privaten besteht, heißt das im Umkehrschluss, dass kein Anspruch auf Förderung besteht?

Die privaten Anbieter haben keinen Anspruch auf Förderung, das ist richtig. Adressatin ist die BLM. Meiner Meinung nach kann sie sehr wohl die nötigen Finanzmittel verlangen, und zwar für die Aufgaben, die ihr der Gesetzgeber auferlegt hat. Er kann ihr schließlich nicht eine Aufgabe zuweisen und dann nicht dafür sorgen, dass sie dieser auch gerecht wird. Die BLM hat also sehr wohl einen Anspruch auf funktionsgerechte Finanzausstattung durch den Staat, den sie auch geltend machen kann. Wenn der Gesetzgeber dieses System nicht finanzieren will, dann soll er es abschaffen. Kein Problem. Will er es aber haben, muss er auch für die Sicherung bzw. Erfüllung, also die Finanzierung sorgen.

19. Der bayerische Mediengesetzgeber hat die BLM zur Sicherstellung eines flächendeckenden Lokalrundfunkangebotes verpflichtet (Art. 2 i. V. m. Art. 11 BayMG). Wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist die BLM durch den Mediengesetzgeber mit einem Programmauftrag zur Bereitstellung eines flächendeckenden Regional- und Lokalrundfunkangebots betraut worden. Zwar ist der Landesgesetzgeber qua Verfassung zu dieser Betrauung nicht verpflichtet. Nimmt er sie aber vor, erwächst ihm der BLM gegenüber aus dem Zurechnungskriterium der Ingerenz (=Garantenpflicht) eine Finanzierungsverantwortung i. S. d. Sicherstellung einer aufgabenangemessenen Finanzausstattung. Die Finanzverantwortung folge der Grundversorgungs Verpflichtung nach (S. 52). Schließen Sie sich dieser These an? Warum? *Ja, siehe oben.* Die Frage ist auch, angenommen eine Finanzverantwortung würde bestehen, ob diese den Staat gegenüber der BLM trifft oder gegenüber den Anbietern oder die BLM gegenüber den Anbietern

Den Staat gegenüber der BLM

Finanzautonomie der BLM

20. Art. 21 Abs. 2 Satz 1 und Satz 2 BayMG verleihen der BLM Finanzautonomie. Stellt § 3 Abs. 2 Satz 2 ÄndG vom 01.12.09 (Verpflichtung der BLM zur Beteiligung an der Förderung aus dem eigenen Haushalt incl. detaillierter zeitlicher und finanzieller Vorgaben) i. d. S. einen verfassungsrechtlichen Verstoß gegen die Finanzautonomie der BLM nach Art. 111 a BV dar?

Ich finde, da bewegt sich der Gesetzgeber wirklich am Rande des Legalen. Ich würde empfehlen – falls es eine weitere Förderung geben sollte –, so eine Verpflichtung der BLM zur Finanzierung aus ihrem eigenen Haushalt nicht gesetzlich vorzugeben. Die BLM ist eine autonome und staatsfreie Anstalt des öffentlichen Rechts. Ihr Haushalt sollte gesetzgeberisch nicht manipuliert werden, da Staatsfreiheit und Autonomie sonst hochgradig gefährdet wären.

Sonstiges

21. Wäre es rechtlich möglich, Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 BV dahingehend zu ändern, dass in Bayern auch ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt werden könnte? Das hieße, den öffentlich-rechtlichen Trägerschaftsvorbehalt abzuschaffen und die Gleichstellung von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk herbeizuführen, wie dies in allen anderen Bundesländern Deutschlands der Fall ist? Wie sinnvoll wäre dies aus Ihrer Sicht?

Natürlich wäre das möglich. Die Frage ist nur, ob man das will. Ich finde, dieses einzigartige System, das da in Bayern mühevoll aufgebaut worden ist, sollte man nicht zerschlagen. Die lokalen und regionalen Fernsehstationen leisten einen wichtigen Beitrag zur Meinungsvielfalt. Würde man ein duales System einführen, würde damit wohl der lokale und regionale Rundfunk zerschlagen und der volle Wandel zum Kommerz herbeigeführt.

22. Wäre es möglich, in der bestehenden rechtlichen Situation die lokalen Rundfunkanbieter komplett zu streichen und das Regionalprogramm dem BR aufzuerlegen? Wäre dies ein Verstoß gegen ein öffentlich-rechtliches Monopol des EGMR? Wäre die Übernahme durch den BR aus Ihrer Sicht sinnvoll?

Das mit dem Monopol wäre dann in der Tat noch genau rechtlich zu prüfen. Selbstverständlich könnte der BR die regionale Berichterstattung in sein Programm integrieren. Aber die Kosten wären vermutlich um einiges höher. Was jetzt aus dem Staatshaushalt an Förderung fließt, dürften im Vergleich dazu Peanuts sein.

23. Gibt es rechtliche Einwände gegen ein mögliches Lokalfernsehkonzert auf Regierungsbezirksebene?

Nein, aber auch hier stellt sich die Frage, ob man die bestehende Struktur wirklich aufgeben will. Das würde man mit so einem Regionalfernsehkonzert nämlich. Je größer das Verbreitungsgebiet ist, desto mehr nimmt die Lokalität ab. Und gerade das ist es ja, was das Lokalfernsehen ausmacht, die lokale Nähe. Die ginge dann verloren. Ich würde dem gegenwärtigen System einfach noch Zeit geben. Ich verstehe sowieso nicht, warum darüber so eine Diskussion ausbricht. Es war nie von einer bloßen Anschubfinanzierung durch das Teilnehmerentgelt die Rede. Das haben damals beim Teilnehmerentgelt nur die Gegner aufgebracht, um dagegen zu arbeiten. Gesetzlich war nie ein Ende für das Teilnehmerentgelt festgelegt. Es war wohl von Anfang an nicht sicher, dass sich die Lokalsender wirtschaftlich selbst erhalten können. Und man hat sich darauf eingelassen. Deswegen sollte man das jetzt auch nicht aufgeben, sondern daran festhalten und weiterentwickeln. Was wir hier an lokalen Angeboten haben, ist einzigartig. Das sollten wir uns auch bewahren.

Vielen herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

5. Experteninterview: Dr. Wolfgang Flieger, Pressesprecher der BLM

Aktuelle Situation

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit ist es wichtig, die aktuelle wirtschaftliche Lage der lokalen Fernsehsender in Bayern darzustellen. In Teilen gelingt dies mit Hilfe einschlägiger Literatur, wie „BLM Schriftenreihe Bd. 87: Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern. 2006“ oder „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011“ bzw. der „Funkanalyse 2011“. Doch sind diese Werke teilweise zu allgemein bzw. zu veraltet, als dass sich die aktuelle Situation realitätsnah abbilden ließe. Ich bitte Sie deshalb, nachfolgende Themen auf den aktuellsten Stand zu bringen.

Seit dem 30.04.2012 werden alle Programme in Deutschland nur noch digital über Satellit verbreitet. a.tv. und Frankenfernsehen haben seitdem je einen 24-Stunden-Satellitenkanal. münchen.tv und RFO teilen sich einen Satellitenkanal. Des Weiteren teilen sich regio tv, intv, und TVA Nachrichten einen Satellitenkanal unter der Bezeichnung Lokal Sat. In Franken Sat sind main.tv, TV touring Würzburg, tvo und TV touring Schweinfurt zusammengefasst. Zuletzt teilen sich unter dem Namen ONTV die Sender TVA, OTV, TRP1, RFL und donau TV einen Satellitenkanal.

1. Wie war die Verteilung zuvor (analog und digital) über Satellit?

Zuvor teilten sich wie jetzt auch münchen.tv und RFO einen Satellitenkanal. Bei regio.tv, intv und TVA Nachrichten war noch atv dabei. Die haben jetzt einen eigenen Satellitenkanal. Bei main.tv, TV touring Würzburg, tvo und TV touring Schweinfurt war noch Franken Fernsehen mit dabei. Diese haben jetzt auch einen eigenen Satellitenkanal. TVA, OTV, TRP1, RFL und donau TV haben vorher schon in der gleichen Zusammensetzung bestanden.

2. Ist in Zukunft für jeden Lokalsender ein eigener Satellitenkanal geplant? Warum?

Ja, wie gesagt, um mehr Reichweite generieren zu können. Wie genau die Verteilung auf die Kanäle aussehen wird, muss erst noch im Fernsehausschuss und im Medienrat beschlossen werden. Aber Fakt ist, dass es ab dem 01.01.2013 zehn Satellitenkanäle für das lokale Fernsehen geben wird. Wir glauben, damit ca. Ende 2013 eine technische Reichweite von etwa 95 Prozent erreichen zu können.

3. Wie hoch sind die Kosten für die digitale Satellitenübertragung jetzt?

Ab dem 01.01.2013, wenn es eben zehn Satellitenkanäle gibt, rechnen wir mit Kosten von rund 10 Millionen Euro pro Jahr insgesamt. An diesen Kosten müssen sich die lokalen Fernsehanbieter allerdings nicht beteiligen.

4. Wie hoch waren sie zuvor? Wie viel Prozent der Kosten werden von der BLM übernommen? Wie viel müssen die lokalen Fernsehanbieter davon selbst aufbringen?

Vor der Abschaltung des analogen Satellitenempfangs (30.04.2012) kostete die Satellitenverbreitung insgesamt pro Jahr etwa 2,3 Millionen Euro. Zwei Millionen bezahlte die BLM aus ihrem eigenen Haushalt. Die lokalen Fernsehstationen mussten dann noch die restlichen 0,3 Millionen Euro selbst aufbringen. Wobei zu beachten ist, dass münchen.tv alleine schon 200.000 Euro davon bezahlt hat. Das heißt, im Endeffekt mussten sich die Lokalen nur noch 100.000 Euro aufteilen. Das ist im Verhältnis gesehen aber nicht viel. Außerdem müssen sie ja wie gesagt ab 2013 gar nichts mehr zu den Satellitenverbreitungskosten beisteuern. Die BLM wird die Kosten höchstwahrscheinlich direkt und ohne Umwege an ASTRA bezahlen.

5. Expecten Sie eine Steigerung der Werbeeinnahmen für die lokalen Fernsehanbieter durch die digitale Satellitenverbreitung? (mehr Reichweite)

Ja, wie bereits gesagt, erwarten wir durch die Verbreitung über zehn Satellitenkanäle, statt wie bisher über nur sechs, eine erhebliche Reichweitensteigerung. Bisher kommen die lokalen Fernsehsender insgesamt auf ca. 830.000 Zuschauer täglich. Ende 2013 erwarten wir eine technische Reichweite von etwa 95 Prozent. Damit steigt die Zuschauerzahl auf 1,4 Millionen Zuschauer täglich.

6. Können Sie abschätzen, wie hoch diese Mehreinnahmen sein werden?

Bisher generieren die lokalen Fernsehsender 14 Millionen Euro pro Jahr aus Werbung. Durch die Reichweitensteigerung der zehn Satellitenkanäle ab 2013 schätzen wir, dass sich die Einnahmen um 8 Millionen Euro insgesamt und pro Jahr erhöhen werden.

7. Wie wird sich die Reichweite durch die digitale Satellitenverbreitung der lokalen Fernsehsender entwickeln?

siehe dazu auch Frage Nr. 13

95 Prozent der Reichweite werden über das Kabel und den Satelliten erreicht. Die restlichen 5 Prozent stellen ausschließlich nur die DVB-T und DSL-Empfänger. Das ist eine realistische Zahl, und damit können wir auch durchaus zufrieden sein.

8. Welche Initiativen werden von der BLM ergriffen, um das lokale Fernsehen über Satelliten besser bekannt zu machen und besser zu vermarkten?

Wir weisen natürlich selber auf unserer Homepage, verschiedenen Zeitschriften der BLM und Flyern darauf hin. Aber ich muss an dieser Stelle schon mal betonen, dass hier die Anbieter selbst gefordert sind. Es ist ihre Aufgabe, ihr Programm zu bewerben und die Zuschauer über die verschiedenen Übertragungswege und Sendezeiten aufzuklären. Da gäbe es zum Beispiel die Möglichkeit, Banner während der Sendung im Bild laufen zu lassen, die eben diese Informationen enthalten. Auch Werbung in Anzeigenblättern und der lokalen Zeitung ist nicht nur denkbar, sondern auch wünschenswert und erforderlich. Dann gibt es auch da noch die Möglichkeiten von Werbung auf der eigenen Website, Flyern usw. In Oberfranken klappt das beispielsweise ganz gut. Dort versuchen sie, über verschiedene Kanäle eine Identifikation des Bürgers mit der Region zu erreichen. Davon profitieren alle Medien. So etwas lässt in anderen Bereichen schon stark zu wünschen übrig. Im Rahmen ihrer Möglichkeiten versucht die BLM die Lokalsender natürlich zu unterstützen, aber eigentlich ist das deren Aufgabe. Da besteht auf jeden Fall noch Handlungsbedarf.

9. Die Digitalisierung im Kabel schreitet ebenfalls voran. Wie viele (welche?) Lokalprogramme werden schon über das digitale Kabel verbreitet? Wie viele noch im analogen bzw. parallel? Was kostet die digitale Kabelverbreitung im Vergleich zur analogen Kabelverbreitung? Wer trägt diese Kosten zu wie viel Prozent? Wie wird sich die Verbreitung der Lokalprogramme über digitales Kabel entwickeln?

Aktuell werden alle Lokalprogramme in das analoge und in das digitale Kabel eingespeist. Nur das Lokalfenster bei RTL kann momentan noch nicht digital eingespeist werden. Das soll aber Ende 2012 auch soweit sein. Wie sie das genau machen, weiß ich nicht. Aber jedenfalls haben wir die Zusage von Kabel Deutschland und RTL, dass Ende dieses Jahres auch das lokale Fenster digital ins Kabel eingespeist wird. Die analoge Kabelverbreitung wird vorerst noch nicht eingestellt werden. Momentan erreichen wir erst etwa 40 Prozent der Zuschauer über das digitale Kabel. Aber natürlich geht auch hier der Weg hin zu einer vollkommenen Digitalisierung. Ich denke ungefähr zwischen 2015 und 2018 wird es soweit sein, dass man die analoge Kabelverbreitung abschalten kann. Bevor es aber nicht soweit ist, werden die Lokalprogramme weiterhin digi-

tal und analog übertragen. Außerdem müssen Sie bedenken, dass die bundesweiten Privatsender eine Übertragung über digitales Kabel so lange wie möglich hinauszögern wollen. Denn im digitalen Kabel gibt es dann plötzlich 100 Sender, statt wie bisher im analogen nur 30. Das ist mehr unliebsame Konkurrenz, gegen die sie sich durchsetzen müssen.

10. In „BLM Schriftenreihe Bd. 87. Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern.“ S. 103 u. 177 ff. wird davon ausgegangen, dass es für die Übertragung eines digitalen RTL-Fensters verschiedene Möglichkeiten gibt: 1. das lokale RTL-Fenster soll zusätzlich zum normalen RTL-Multiplex in einem zweiten Multiplex übertragen werden 2. die Zuführung von 16 Versionen des RTL-Programms mit integrierten lokalen Fensterprogrammen über Satellit. Wie ist die Situation jetzt? Welche Variante wurde gewählt? Wird dieser Multiplex verschlüsselt? Welche Probleme entstehen dabei? Wie hoch sind die Kosten für die aktuelle Variante? Wer kommt dafür auf?

Also wie gesagt, wie genau die Kabel Deutschland das macht, weiß ich nicht. Mit einer Verschlüsselung des Multiplexes ist aber im Augenblick nicht zu rechnen. Da gab es auch schon oft Diskussionen darüber. Klar, hier könnte man ja noch ein paar Euro verdienen. Aber ernsthafte Pläne dazu gab es nie und gibt es auch im Moment nicht. Wie es in Zukunft aussehen wird, kann ich nicht sagen, aber ich glaube nicht, dass RTL sein Programm verschlüsseln wird.

11. Wie viele Lokalsender (welche?) sind mittlerweile über DVB-T zu empfangen? Wie soll hier die Entwicklung weitergehen?

Momentan sind das Franken Fernsehen und münchen.tv/RFO. Die Verbreitung über DVB-T bezahlen diese selbst. Wie bereits gesagt, empfangen nur etwa drei bis vier Prozent der Zuschauer Fernsehen ausschließlich über DVB-T. Außerdem ist dieser Übertragungsweg sehr teuer. Wir konzentrieren uns deshalb zunächst auf den Ausbau und die Vermarktung der Satellitenkanäle. Wenn das erfolgreich abgeschlossen ist, können wir uns gerne jederzeit der Übertragung via DVB-T und DSL widmen. Zunächst bleibt abzuwarten, wie sich diese Distributionswege entwickeln und welche Rolle sie in Zukunft spielen. Sollte sich hier ein großes Potenzial abzeichnen, ist die BLM natürlich bestrebt, auch in diesem Bereich verstärkt aktiv zu werden.

12. Sponsoring im Rahmen von Business-TV könnte für die lokalen Fernsehanbieter in Zukunft eine weitere wichtige Einnahmequelle darstellen. Vielen fehlt allerdings das Know-How zur Produktion redaktionell gestalteter Sponsoring-Beiträge. Was unternimmt die BLM in dieser Sache? Werden Schulungen für die Redakteure angeboten oder ähnliches?

Wie genau das mit solchen Werberegeln aussehen soll, muss erst noch entschieden werden. Die BLM bietet ja jetzt schon Kurse, Fortbildungen usw. nicht nur für Volontäre an. Und wenn es in diesem Bereich einen Bedarf geben sollte, dann wird die BLM auch da mit Sicherheit etwas unternehmen. Außerdem kommt es ja nicht nur auf Schulungen an. Vertreter der BLM fahren ja schließlich auch zu den Sendern und klären die Leute dort vor Ort über neue Werberegeln usw. auf.

13. Wie viele Programme (welche?) werden über DSL-Leitungen verbreitet? Was kostet das? Wer trägt diese Kosten zu wie viel Prozent? Wie wird sich die Verbreitung der Lokalprogramme über DSL-Leitungen entwickeln? Wie viel könnte dabei gespart werden bzw. wurde schon eingespart?

Also aktuell sind es etwa 1,5 Prozent der Zuschauer, die Fernsehen ausschließlich über DSL empfangen. In nächster Zeit ist da, glaube ich, auch nicht mit einer großen Entwicklung zu rechnen. Wenn Sie wie ich in einem Mehrparteienhaus wohnen, wird der Kabelanschluss meist über die Mietnebenkosten mit abgerechnet. Wenn ich jetzt Fernsehen über Internet, also DSL haben möchte, müsste ich doppelt bezahlen. Und das tut keiner. Sie sehen, da sind also schon von den bestehenden Strukturen her Grenzen gesetzt. Die Verträge über die Einspeisung über die DSL-Leitung mit den verschiedenen Anbietern, wie Vodafone, O2 usw. müssen die lokalen Fernsehanbieter aber selber schließen. Das bezahlen wir nicht.

14. Inwiefern bestehen bei den lokalen Fernsehprogrammen in den verschiedenen Übertragungswegen noch immer unterschiedliche Senderkennungen? Sind Maßnahmen geplant, diese Senderkennungen in Zukunft zu vereinheitlichen? Welche?

Das mit den unterschiedlichen Senderkennungen ist schon ein Problem. Wer weiß schon, wenn er durch das Programm zappt und auf ONTV stößt, dass dabei die Lokalprogramme von Oberfranken und Niederbayern gemeint sind. Das müsste von den Anbietern auch besser beworben werden. Aber wir haben einen Plan, das in Zukunft zu vereinheitlichen und zu vereinfachen. Ab 2013, wenn wir die zehn Satellitenkanäle haben, sollen die Lokalprogramme auf dem Kanal 99 zu finden sein. Eine Tochter der BLM, die Medientechnik, hat dazu ein Konzept für HbbTV entwickelt, wo der Zuschauer auf dem Bildschirm, wenn er auf Kanal 99 schaltet, eine Bayernkarte sieht. Dort kann er dann seine jeweilige Region anklicken und sieht dann das Programm seines ausgewählten Lokal-senders. So findet sich der Zuschauer einfacher zurecht. Wir arbeiten aktuell auch daran, so eine Maske ins digitale Kabel einzubinden. Voraussichtlich wird

das noch Ende 2012 klappen. Die unterschiedlichen Senderkennungen werden sich zum 01.01.2013 ändern, wenn das neue Satellitenkonzept umgesetzt werden kann. Dann wird es ONTV, LokalSat, FrankenSat usw. nicht mehr geben.

15. Wie hoch waren zum Beispiel 2011 der Finanzierungsbeitrag und die Ablösesumme von RTL? Wie hoch sind diese Positionen in 2012? Wie viel Prozent davon gehen an die lokalen Anbieter? Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung ein?

Also bis 2010 wurden diese Beträge ja getrennt ausgewiesen. Seit 2010 sind sie zusammengelegt. In 2012 beträgt die Summe für die Ablösesumme und den Finanzierungsbeitrag zusammen 3,373 Millionen Euro. Diese Mittel werden komplett an die Anbieter weitergereicht.

16. Bisher sind von der BLM verschiedene Maßnahmen ergriffen worden, um Doppelgenehmigungen abzubauen. Die Kabelnetze von Neumarkt/Weißenburg und Straubing werden je mit zwei lokalen TV Programmen versorgt (Stand: 2006). Wurde hier noch etwas unternommen, um Doppelgenehmigungen abzubauen?

schriftliche Mitteilung v. 22.06.12, Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM

„Im Bereich Nürnberg-Süd (Neumarkt und Weißenburg) findet nur im analogen Bereich eine Verbreitung von intv und Franken Fernsehen statt. Digital wird dort nur Franken Fernsehen verbreitet. Die „Doppelverbreitung“ war historisch bedingt durch die vorgegebene Infrastruktur (Kabelnetze) der damaligen Deutschen Bundespost und ihrer Rechtsnachfolger. intv wird nur noch solange im Bereich Nürnberg-Süd analog verbreitet, solange eine analoge Kabelverbreitung von Programmen stattfindet (Medienratsbeschluss).“

Straubing bekommt sein Lokalprogramm im digitalen Kabel jetzt von Regensburg, also TVA Ostbayern.

17. In seinem Jahresbericht von 2011 fordert der Oberste Rechnungshof, dass die BLM einige Beteiligungen und Stiftungen reduzieren bzw. ganz liquidieren sowie das Vergütungsniveau der Mitarbeiter erheblich zurückfahren soll. Dies versucht Frau Wallenberg in einem Gutachten von 2012 zu bestätigen. Dort zeigt sie detailliert auf, was die Kernaufgaben der BLM seien, auf die sie sich zu konzentrieren hätte, und welche anderen Aktivitäten deshalb aufzugeben seien. Wie ist ihre Meinung dazu?

Der ORH prüft die BLM ca. alle sechs bis sieben Jahre. Zuletzt, glaube ich, war das um 2006. Die Empfehlungen, die der ORH nach seiner Prüfung abgibt, sind aber für die BLM nicht verpflichtend. Wenn, dann richten sich seine Vorschläge

direkt an den Gesetzgeber. Die Aufgaben der BLM sind ja im BayMG gesetzlich festgelegt. Soll daran etwas geändert werden, ist das Aufgabe des Gesetzgebers. Der trifft hier die Entscheidungen und nicht die BLM. Trotzdem prüft und diskutiert die BLM aktuell im Medienrat einige Empfehlungen und Vorschläge aus diesem Jahresbericht. Wo Änderungen sinnvoll und angebracht erscheinen, ist die BLM auch bestrebt, diese anzunehmen und umzusetzen.

An dieser Stelle soll darauf eingegangen werden, welche Lösungsmöglichkeiten es aus Ihrer Sicht gibt, ein lokales Fernsehangebot in Bayern, unabhängig einer Förderung, anzubieten.

Lösungsvorschläge

18. Wie wichtig schätzen Sie die Rolle des derzeitigen lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft ein? Warum?

Also wir schätzen die Rolle des Lokalfernsehens als sehr wichtig ein. Das lokale Fernsehen ist eine wichtige Ergänzung zum lokalen Radio. Nur in der Existenz beider Systeme, sowohl des lokalen Hörfunks als auch des lokalen Fernsehens, denken wir, dass die Bevölkerung wirklich gut zu erreichen ist. Das lokale Fernsehen bietet im Gegensatz zum Lokalradio noch das Bild. Und das Bild ist einfach eine ganz wichtige Komponente für die Leute. Das lokale Fernsehen hat im Augenblick etwa 830.000 Seher täglich. Das zeigt doch ganz deutlich, wie beliebt lokales Fernsehen in Bayern ist.

19. Seit über 26 Jahren können die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne eine Förderung nicht kostendeckend arbeiten. Dabei war die Förderung ursprünglich nur als Anschubfinanzierung gedacht. Mittlerweile ist daraus eine Dauersubventionierung geworden. Empfinden Sie es trotzdem als dringendes Erfordernis, das Angebot eines lokalen Fernsehprogramms in Bayern zu erhalten und warum?

Man muss zurück gehen auf die ursprüngliche Situation. Wir hatten ja bis 2007 das Teilnehmerentgelt. Das war völlig richtig, wie Herr Stettner sagte, nie als Anschubfinanzierung gedacht, sondern es war als Finanzierungsmöglichkeit von lokalem Fernsehen geplant, weil man wusste, lokales Fernsehen wird sich nur sehr schwer selbst finanzieren können. Ursprünglich haben das Teilnehmerentgelt die Kabelteilnehmer bezahlt. Und dann ist das Teilnehmerentgelt um 2002/2003 umgewandelt worden in ein Betreiberentgelt. Dann ist es nicht mehr vom einzelnen Kabelkunden bezahlt worden, sondern von den Kabelgesellschaften. Und damit war man eigentlich dort, wo man immer hin wollte. Das ist ja etwas, was weit über das Lokalfernsehen hinaus seit vielen, vielen Jahren ein

Thema für die privaten deutschen Fernsehanbieter ist. Wir haben in vielen Ländern, vor allem in den USA, die Situation, dass die Netzbetreiber Geld an die Fernsehsender bezahlen, um diese einspeisen zu dürfen. In Deutschland ist es immer umgekehrt gewesen. Die Fernsehsender bezahlen Geld an die Kabelbetreiber, damit sie einspeisen dürfen. Und unser Ziel war es immer, dieses Verhältnis umzudrehen und in der Situation des Lokalfernsehens sowie der Umwandlung des Teilnehmerentgelts in ein Betreiberentgelt haben wir eigentlich diese Situation gehabt. Das war eine Situation, die für die BLM hätte bleiben können und bleiben sollen.

Also 2005/2006 gab's dieses Urteil des Bundesverfassungsgerichts. Die Gegner haben daraufhin sofort geschrieben, und das hält sich heute noch, das Bundesverfassungsgericht hätte die Rechtmäßigkeit des Teilnehmerentgelts abgelehnt. Die haben gesagt, das Teilnehmerentgelt sei nicht gesetzeskonform. So war das Urteil aber nicht. Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts lautet, dass es prinzipiell so etwas wie das Teilnehmerentgelt geben kann, es muss dann aber auch sichergestellt sein, dass der Bürger eine objektive, neutrale Berichterstattung bekommt. Und dass alle gesellschaftlich relevanten Gruppen in dieser Berichterstattung vorkommen. Also es hätte aus unserer Sicht keine Notwendigkeit gegeben, nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts das Teilnehmerentgelt abzuschaffen. Die Politik hat das gemacht. Man hätte das Teilnehmerentgelt auch belassen können. Aber dann hätte der Gesetzgeber in der Ausformulierung eines neuen Gesetzes sicherstellen müssen, dass es tatsächlich eine ausgewogene Berichterstattung gibt, die alle gesellschaftlich relevanten Gruppen in der Berichterstattung berücksichtigt. Den heutigen Art. 23 BayMG gab es in dieser Form nicht.

20. Sind Sie bestrebt, ein Konzept zu entwickeln, durch das es möglich ist, dass die bayerischen Lokal-TV-Sender zukünftig auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten können (egal in welcher Struktur)? Warum?

Das neue Konzept ist natürlich darauf ausgerichtet, eine wirtschaftliche Tragfähigkeit des lokalen Fernsehens zu stärken. Und selbstverständlich ist es unser Bestreben, ein Konzept zu entwickeln, das wirklich eine wirtschaftliche Tragfähigkeit sicherstellt. Ob das gelingen kann, ist eine andere Frage. Aber wir haben, denken wir, mit dem neuen Konzept Schritte eingeleitet, die stärker in die Richtung gehen, eine wirtschaftliche Tragfähigkeit zu erreichen. Aber es gibt da auch viele Unbekannte. Wir alle wissen nicht, wie sich die Werbemärkte entwickeln, wie weit das Ganze immer stärker in den Online-Bereich geht usw. Es war immer unsere Intention, das lokale Fernsehen aus eigener Kraft so tragfähig wie möglich zu machen.

21. Was halten Sie von dem Vorschlag, das Programm eines jeden lokalen Fernsehsenders in Bayern (in der jetzigen Struktur) täglich auf 30 Minuten pro Tag zu verkürzen, um so Kosten zu sparen und auf diese Weise die finanzielle Förderung zu reduzieren?

Also wir haben das immer kritisch gesehen. In unserem neuen technischen Konzept wird man darüber reden müssen, was da programmlich bei den Lokalsendern passiert. Grundsätzlich glauben wir aber prinzipiell, je kürzer die originäre Sendezeit eines Programms ist und je mehr Fremdprogramme, wie Shoppingangebote usw., auf so einem Kanal laufen, umso geringer fällt die Identifikation der Leute dort mit dem Sender und dem Programm aus. Und deswegen haben wir immer gesagt, 30 Minuten sind zu wenig. Wir werden jetzt einige Kanäle haben, die auf dem Satellitenkanal 24 Stunden lang senden und wir werden andere haben, die 6 Stunden lang senden. Die Satellitensendezeit wird also deutlich ausgeweitet. Und man muss auch darüber sprechen, inwieweit es da möglich ist, mehr originäres Programm zu machen. Aber auf jeden Fall muss es in die Richtung gehen, das originäre Programm zu erweitern und nicht zu verkürzen.

Der wirtschaftliche Aspekt wird sich auch nicht einstellen, wenn wir immer mehr das Lokale abbauen. Also wir glauben, dass der wirtschaftliche Aspekt umso besser erfüllt wird, je lokaler ein Programm ist und je mehr lokale Sendezeiten es hat.

22. Was halten Sie von dem Vorschlag, lokales Fernsehen auf Regierungsbezirksebene zu veranstalten? Das würde viele Mitarbeiter ihre Stellen kosten, da die meisten Lokalsender dann nur noch eine Art Produktionsbüro oder Zulieferer (mit ca. 4 Mitarbeitern) für die Oberzentren wären, wodurch aber die Wahrscheinlichkeit, dass alle Stationen wirtschaftlich tragfähig arbeiten können, sehr viel höher wäre.

Also da sind wir der Meinung, dass ein Bezirksfernsehen von der Region her zu groß ist. Man hat dann einfach schon Schwierigkeiten, sich wirklich damit zu identifizieren. Es existiert, meiner Ansicht nach, und das ist in gewisser Weise eine Einschränkung, schon einen Bezirk mit diesem Konzept: in Oberfranken. Dort gibt es sozusagen Regierungsbezirksfernsehen. Und Oberfranken scheint mit der Auseinanderschaltung und mit der Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche durchaus auch Erfolg zu haben. Aber generell glauben wir nicht, dass ein Bezirksfernsehkonzzept wirtschaftlich erfolgreicher sein wird als ein Lokalfernsehkonzzept.

Aber gerade die machen ja vor, dass es wirtschaftlich klappt!

Ja, das ist richtig. Aber ich denke nicht, dass das Konzept dort wirklich übertragbar ist auf andere Bezirke. Zum Beispiel wegen der gegebenen Kabelstrukturen. Im Augenblick wird natürlich viel gemacht. Das ist eine ganz interessante Entwicklung in Oberfranken. Wir haben dort einen wirtschaftlich relativ schwachen Raum. Trotzdem wird dort sehr viel gemacht, um die Identität der Leute, die dort leben, wirklich auf Oberfranken einzuschwören. Es gibt dort ein eigenes Marketingkonzept, um Oberfranken gemeinsam zu vermarkten. Also da wird sozusagen parallel zum Lokalfernsehkonzert sehr viel auch außen herum von anderen Kräften unternommen, um eine Identifikation der Leute mit ihrem Bezirk herzustellen. Das sehe ich beispielsweise auch in anderen Bezirken nicht.

23. Was halten Sie davon, dass der BR das jetzige Regionalprogramm der lokalen TV-Stationen in Bayern in sein Programm integrieren könnte. Damit wären die lokalen Fernsehstationen überflüssig. Sie könnten jedoch zumindest als eine Art Produktionsfirma für den BR Beiträge produzieren. In kleinerem Stil als jetzt, aber dafür höchstwahrscheinlich wirtschaftlich tragfähig.

Also erstens ist es so, dass der BR im Augenblick keinen gesetzlichen Auftrag hat, Regional- oder gar Lokalberichterstattung zu machen. Und zweitens bezweifle ich auch, dass der BR das wollte. Man kann das ganz einfach von Erfahrungen mit dem WDR ableiten. Das stärkste Argument ist das Geld. Also die Berichterstattung des WDR hat nach unseren Kenntnissen in 2010, das sind die letzten Zahlen, die wir haben, den Gebührenzahler, ich glaube, etwa 110 Millionen Euro im Jahr gekostet. Wenn man sieht, was das Lokalfernsehen in Bayern kostet und noch stärker differenziert in den Regionen, wie das der WDR macht, mit deutlich mehr regionaler Berichterstattung, dann sieht man, dass das kein Weg ist. Und das sehen Sie generell bei jedem Termin. Wenn ein Interviewtermin hier im Haus oder egal wo stattfindet, kommen vom Bayerischen Rundfunk mindestens 3 Leute. Wenn ein Termin mit einem Lokalfernsehsender stattfindet, dann sind das maximal zwei Leute, manchmal kommt die Person sogar alleine. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist wesentlich aufwendiger und auch wesentlich teurer. Ob er dann unbedingt qualitativ besser ist, ist nochmal eine andere Frage. Aber das sehen wir nicht als Weg. Und das ist, denke ich, auch für den Bayerischen Rundfunk nicht der Weg. Ich meine, wir haben ja schon beispielsweise mit Mantelprogrammen vom BR experimentiert. Es gab auch Experimente mit einem Mantel von RTL bzw. der Kirch-Gruppe. Schon damals waren auch die Absprachen mit dem BR extrem schwierig und man hat zu jeder Zeit gemerkt, dass der BR auch nicht glücklich ist mit dieser Situation. Also von daher glaube ich nicht, dass das ein Weg ist.

24. Was würden Sie davon halten, wenn die Bayerische Verfassung dahingehend geändert würde, dass Rundfunk in Bayern nicht mehr nur ausschließlich unter

öffentlich-rechtlicher Trägerschaft und in öffentlich-rechtlicher Verantwortung (vgl. Art. 111 a Abs. 2 BV) betrieben werden dürfte, sondern ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt werden würde? Also öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander existieren wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands? Natürlich muss bei dieser Variante damit gerechnet werden, dass einerseits vielen lokalen Fernsehsendern die Schließung bevorstünde, andererseits weniger publizistisch wertvolle Beiträge produziert werden können, weil sich die Sender überwiegend aus Werbung finanzieren müssen.

Ich halte das für einen sehr theoretischen Vorschlag. Es gab, natürlich jetzt ganz abgesehen von der Situation des lokalen Fernsehens, prinzipiell immer wieder in den letzten 20 Jahren, wenn Sie so wollen, Diskussionen, die einzelne Leute in Parteien angestoßen haben, ob man nicht den Art. 111 a der Bayerischen Verfassung ändern sollte. Und diese besondere Rolle des Rundfunks in Bayern und damit auch die besondere Rolle der BLM abschaffen. Es war immer wieder ein Aufflackern kurzer Diskussion, aber es gab nie ernsthafte Auseinandersetzungen damit. Außerdem brauchen Sie eine 2/3- oder eine 3/4-Mehrheit, um die Bayerische Verfassung zu ändern. Ich sehe nicht, dass es in den nächsten Jahren da irgendwelche Bestrebungen geben wird.

Die Grünen brachten zuletzt ja auch den Vorschlag, man solle Bürgermedien in Bayern einführen. Was halten Sie davon?

Wir werden uns mit diesem Vorschlag beschäftigen. Es gibt die Idee, das ist nicht nur von den Grünen an uns herangetragen worden. Im Radiobereich gibt es durchaus mit Radio Feierwerk, mit Radio Lora in München und mit Radio Z in Nürnberg Sender, die ein Stück weit so etwas wie Bürgermedien sind. Dort machen verschiedenste Gruppen ihre Sendungen. Und es gibt Bestrebungen der BLM, allerdings nur bezogen auf Radio, weil Fernsehen viel zu teuer wäre, das in den nächsten Jahren zu verstärken. Wir sehen das im Augenblick nicht im Bereich von UKW, weil das mittelfristig eine Technologie sein wird, die abgelöst werden wird und die einfach auch teuer ist. Aber wir können uns so etwas gut vorstellen im Bereich der Internetverbreitung und auch durchaus im Bereich der DAB plus Verbreitung. Und wir haben jetzt auch unsere Richtlinien zur Förderung der technischen Verbreitung von DAB plus Programmen für gemeinnützige Programme verändert. Das heißt, die kriegen jetzt 80 Prozent gefördert, statt wie bisher 60 Prozent. Und wir sind auch dabei, eine App vorzubereiten, auf der dann die gemeinnützigen Programme oder Bürgerprogramme im Hörfunk liegen und damit sofort angeklickt werden und über Internet problemlos gehört werden können. Also wir denken tatsächlich in diese Richtung. Aber wir denken in diese Richtung nur im Bereich Hörfunk.

25. Was würden Sie von dem Vorschlag halten, die bestehende Struktur zu erhalten und komplett aus der Rundfunkgebühr bzw. zukünftig der Haushaltsabgabe zu finanzieren, wie das beispielsweise in der Schweiz der Fall ist? Warum denken Sie ist der erste Versuch dahingehend gescheitert? Werden Sie weitere Versuche unternehmen, dieses Modell im Rundfunkstaatsvertrag durchzusetzen?

Es ist deshalb gescheitert, weil natürlich in anderen Bundesländern diese lokalen Strukturen gar nicht so vorhanden sind. Wir werden den Weg, den wir damals verfolgt haben, also dass es eine Sonderlösung für Bayern gibt, weitergehen. Allerdings mit anderen Mitteln im Vorfeld von 2017. Wobei, wenn ich sage „wir“ sind wir natürlich nicht der ausschlaggebende Part. Der ausschlaggebende Part ist die Staatskanzlei, die Staatsregierung. Es gibt eine Idee und ich bin mir sicher, man wird da in den nächsten Jahren deutlich mehr Unterstützung erfahren, wie es jetzt vor zwei Jahren der Fall war. Man wird eine Art Digitalisierungsabgabe fordern, die nicht nur die Förderung des lokalen Fernsehens beinhaltet, sondern die es den Ländern freistellt, wie sie diese Gelder einsetzen wollen. Wir wollen diese Gelder dann natürlich nutzen, um lokale Medien, und wenn wir von Landesmedienanstalten und Rundfunkstaatsvertrag reden, lokale elektronische Medien zu fördern. Und um stärker den Wechsel vom analogen ins digitale Kabel zu schaffen und um eine Vielfalt im lokalen Bereich zu erhalten.

Es gab im letzten halben Jahr eine Reihe in der Fachzeitschrift Funkkorrespondenz, wie die Medienregulierung sich in den kommenden Jahren entwickeln soll und was man da alles bedenken muss. Alle haben gesagt, egal von welcher Seite sie letztlich politisch gesehen kommt, wir müssen aufpassen, dass wir eine Vielfalt im lokalen Bereich erhalten, weil wir einfach merken, dass die Googles dieser Welt auch immer stärker ins Lokale gehen wollen. Und denen geht's nicht um Vielfalt, sondern um Gewinn. Und deswegen muss man auch eine Vielfalt im Lokalen über Modelle, wie Digitalfonds, einer digitalen Abgabe usw. erhalten.

Und die letzte Einlassung dazu, ich bin deswegen auch optimistisch, weil der Seehofer hier bei der Verabschiedung von Ring und bei der Amtseinführung von Schneider gesagt hat, dass Bayern es wieder versuchen wird. Und dass sie es diesmal besser vorbereiten. Es gibt aktuell vom Medienminister der SPD in NRW die Zusage, dass er Bayern in der nächsten Runde unterstützen wird. Und dann hat man zwei große Länder. Dass Sachsen uns unterstützt, ist sowieso klar. Und ich bin mir sicher, in dieser Verbreiterung des Modells gibt's eine ganz gute, reelle Chance, dass so etwas eingeführt wird. Und es wird auch, denke ich, nicht am Finanziellen scheitern.

Eine Finanzierung aus der Haushaltsabgabe wäre demnach aus unserer Sicht die beste Lösung.

Allgemeines

26. Am 20.03.1986 wurden für Freising und Ingolstadt Pilotprogramme für lokales Fernsehen zugelassen (25 Jahre BLM, S. 29). Dies bezeichnet also die Geburtsstunde der lokalen Fernsehlandschaft, wie wir sie heute in Bayern kennen. Von Anfang an wurden die Lokal-TV-Anbieter finanziell gefördert. Wie viel Geld wurde bisher insgesamt (Teilnehmerentgelt, staatliche Förderung und Förderung durch die BLM) für die Förderung der Lokal-TV-Stationen schätzungsweise aufgebracht?

Ich habe das von einem Kollegen überschlagen lassen. Der sagte mir, dass die Förderung von Anfang an bis heute, also aus dem Teilnehmerentgelt und der staatlichen Förderung, nicht aus der antragsbezogenen Programmförderung der BLM, eine Summe von etwa insgesamt 235 Millionen Euro ergibt. Dazu kommt auch wieder kumuliert alles zusammengerechnet aus der Abendwerbeschiene und dem Finanzierungsbetrag ein Betrag von jeweils 33 Millionen Euro. Also wenn man's zusammenrechnet, kommt man auf 66 Millionen Euro.

27. 2003 lag die technische Reichweite der Lokal-TV-Sender bei 5.692.000 Menschen (BLM Schriftenreihe Bd. 87: Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern. S. 97). 2011 liegt die technische Reichweite schon bei 7.631.000 Menschen (Funkanalyse 2011, S. 21), das entspricht 74 % der Bevölkerung ab 14 Jahren. Wie stark schätzen Sie die Steigerung der technischen Reichweite für die nächsten Jahre ein, um dem Anspruch auf Grundversorgung gerecht zu werden?

Also ich würde mal schätzen, dass wir Ende 2013 bei etwa bei 95 Prozent liegen. Wir haben eine Einspeisung komplett ins analoge Kabel, wir haben eine Einspeisung der einzelnen Kanäle ins digitale Kabel. Ende 2013 werden wir, nachdem was uns die Kabel Deutschland im Augenblick sagt, Ende dieses Jahres auch anfangen, die lokalen Fenster bei RTL digital ins Kabel einzuspeisen, was ja momentan noch nicht der Fall ist. Das ist dann ein Prozess von etwa einem halben bis dreiviertel Jahr. Wir haben eine Vollversorgung im digitalen Satelliten. Wer einen digitalen Satellitenempfang hat, kann auch Lokalfernsehen empfangen. Das wird ab 01.01.2013 auch noch deutlich mehr werden, wenn wir unsere kompletten Satellitenkapazitäten haben. Immer unter der Maßgabe natürlich, dass der Landtag zustimmt.

Die Konkurrenzsysteme sind zum Beispiel DVB-T. Wir werden nicht so weit kommen, dass alle Lokalsender auf DVB-T eingespeist werden. Dieser Über-

tragungsweg ist ziemlich teuer. Aber niemand weiß im Augenblick, wie die Zukunft von DVB-T aussehen wird. Also man muss DVB-T eher skeptisch betrachten. Das heißt, wir haben heute schätzungsweise 3 bis 4 Prozent der Bevölkerung, die Fernsehen ausschließlich über DVB-T empfangen. Und wir haben im Augenblick 1,5 Prozent vielleicht, die über DSL empfangen. Das heißt, wenn man die reinen DVB-T Empfänger plus die DSL Empfänger abzieht, sind wir bei 5 Prozent. Dann wären wir bei einer technischen Reichweite im Kabel und Satelliten von ca. 95 Prozent - und das ist eine realistische Zahl. Ende 2013 sollte das erreicht sein.

Ab wann soll denn jeder Lokalsender seinen eigenen Satellitenkanal bekommen?

Das soll zum 1. Januar 2013 starten. Aber das ist so nicht ganz richtig. Wir werden die Situation haben, dass wir zehn Satellitenkanäle für's lokale Fernsehen haben. Das Konzept, wie die Verteilung der Sender auf die zehn Satellitenkanäle aussehen soll, geht Anfang Juli in den Fernsehausschuss. Danach beschließt der Medienrat ungefähr am 17. oder 26. Juli 2012. Da fällt die Entscheidung, wie die Sender bzw. die Programme auf die zehn Kanäle verteilt werden. Aber: Wenn der Fernsehausschuss das verabschiedet, kann man mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit annehmen, dass der Medienrat dem Votum des Fernsehausschusses folgt.

Es gibt dazu bereits eine Planung der BLM. Wir haben diese Planung den Verbänden geschickt, dem VBL und dem VBRA, um sich zu äußern. Wir haben sie auch an die ganzen einzelnen Sender geschickt, um sich zu äußern. Und wenn die Antworten zurück sind, werden sie hier bei uns im Haus ausgewertet. Und dann geht man mit dem, was die BLM selber im Kopf hatte, und mit dem, was wir da an Antworten zurück bekommen haben, in den Fernsehausschuss. Klar ist im Augenblick nur, es wird zehn Satellitenkanäle geben, es wird nicht jeder einen eigenen 24-Stunden-Kanal bekommen, sondern es wird Situationen geben, wo sich Sender Satellitenkanäle teilen. Es gibt Regionen wie die Oberpfalz, ich denke, das kann man jetzt schon sagen, wo die beiden Sender in Regensburg und Amberg-Weiden von sich aus gesagt haben, dass sie einen gemeinsamen 24-Stunden-Kanal teilen wollen und sich selbst einigen, wie sie sich diese Sendezeit teilen. Man muss aber auch sehen, dass der Schneider schon immer wieder gesagt hat, dass mit der Ausweitung der Sendezeit über Satellit das Ziel trotzdem sein muss, auch die originären Sendezeiten auszuweiten. Also man wird schon in dem Zusammenhang, davon gehe ich jedenfalls aus, noch bestimmte programmliche Anforderungen an die Anbieter stellen oder bestimmte programmliche Konzepte damit verbinden. Naheliegend ist beispielsweise, dass man auch mehr gemeinsam macht. Dass man zum Beispiel mehr Magazine macht, die ganz Bayern betreffen - als Konkurrenz zum BR. Die lokalen Fernsehstationen sind im Augenblick beispielsweise nicht gemeinsam

im Landtag. Es gibt konkrete Überlegungen für das lokale Fernsehen, ein Studio im Landtag einzurichten, wo dann eine regelmäßige Berichterstattung aus dem Landtag stattfinden wird, um da nicht das Feld dem BR oder dem landesweiten Fenster zu überlassen. Also da gibt's konkrete Überlegungen und da wird sich sicher noch in diesem Jahr etwas entwickeln.

28. Wie ahndet die BLM Verstöße gegen Art. 23 Abs. 2 Satz 2 i. V. m. Art. 25 Abs. 5 BayMG?

Was im Augenblick genehmigt ist an lokalem Fernsehen in Bayern entspricht den gesetzlichen Vorgaben. Wir haben da ja bei einigen Sendern sogenannte Programmausschüsse. Das sind Ausschüsse, die sich aus einem Teil des Medienrats konstituiert haben. Diese Programmausschüsse werden von uns regelmäßig mit inhaltlichen Kontrollen dieser Sender versorgt. Ich glaube, dieser Ausschuss ist auch ein- oder zweimal im Jahr vor Ort und diskutiert dann Dinge mit den Geschäftsführern und Mitarbeitern.

Sie sprechen sicher hier völlig legitim die Oschmann-Gruppe an, als stärkster Beteiligter im lokalen Fernsehen. Balle hat in Landshut und in Deggendorf einen bestimmten Prozentanteil. In Landshut knapp 25 Prozent, in Deggendorf hat er etwas mehr, aber er ist nicht der Hauptgesellschafter. Ippen ist auch nicht im Lokalfernsehen. Ippen ist an münchen.tv beteiligt, aber absolut nachrangig. Er hat irgendwas um die 7 bis 12 Prozent und er ist indirekt an Rosenheim beteiligt über den Döser, weil es da halt wieder eine Mehrheitsbeteiligung gibt. Dann haben wir natürlich die Augsburger Allgemeine, die sehr stark ist. Aber auch da haben wir keine Sorge, dass das Programm dadurch beeinflusst wird. Aber bleiben wir bei Oschmann, weil er natürlich da der Hauptstreitpunkt ist. Man kann Oschmann unter sehr vielen Perspektiven diskutieren. Ganz abgesehen nur vom lokalen Fernsehen, also seine ganze Rundfunkbeteiligung, Hörfunk und Fernsehen kann man unter verschiedenen Perspektiven diskutieren. Ich glaube, dreimal hat die BLM eine Bestandsaufnahme machen lassen über die Konzentration der Medien in Bayern, die neueste ist gerade in der Fertigstellung. Anfang Juli wird sie erscheinen. Die letzte ist, glaube ich, 2004 erschienen. Und da wurde festgestellt, dass Oschmann auch ein Glücksfall ist für die lokalen Medien in Bayern. Weil Oschmann sehr viel Geld reingesteckt hat in das lokale Fernsehen und in das lokale Radio. Beteiligungen hat er auch dann nicht abgestoßen, wenn die Sender kein Geld verdienen, sondern deutlich Verlust gemacht haben. Und es gibt Beispiele, wo deutlich Verlust gemacht wurde über viele Jahre hinweg. Wo er sehr viel Geld reingesteckt hat und wo er dennoch, und das ist eine Sache, die sich inhaltlich durchsetzt bei den Oschmann-Sendern, wenn man sie so nennen soll, nie Einfluss auf das Programm genommen hat. Alle Leute dort machen deutlich, dass sie völlig unabhängig arbei-

ten dürfen. Ein Großkonzern würde da ganz anders agieren. Wenn heute ein Unternehmen feststellt, dass es an einem Standort seit 10 Jahren nur Miese macht, dann ist man ganz schnell dabei die Mannschaft auszuwechseln. Was Oschmann nicht gemacht hat. Er steht wirklich zu seinen Leuten. Natürlich haben sie im Laufe der Zeit, weil sie auch sehr stark im VBL vertreten sind, versucht, Konzepte in die Diskussion zu bringen, die einen stärkeren Netzwerkcharakter hervorheben und die stärker auf wirtschaftliche Erfolge getrimmt sind. Diese Konzepte sind diskutiert worden, auch zum Teil in der Politik, aber bisher nicht umgesetzt worden. Man muss aber auf der anderen Seite auch aufpassen, dass wir nicht soweit kommen, dass zwei, drei Gesellschafter das komplette Rundfunksystem in Bayern beherrschen. Da muss man einfach auch, und das ist jetzt meine persönliche Meinung, in den nächsten Jahren vermehrt ausschreiben, selbst wenn nur ein Kleiner mit 10 Prozent seine Anteile abgeben will. In den letzten Jahren ist es öfter passiert, dass Leute, die zwischen 10 oder 15 Prozent hatten oder vielleicht auch mal 20 Prozent und als Unabhängige galten, ausgestiegen sind, warum auch immer, das spielt auch keine Rolle. Die Gesellschafteranteile, die sie gehalten haben, sind dann an die bleibenden Gesellschafter verteilt worden. Das kann man so machen. Das macht in gewisser Weise auch Sinn, aber meiner Meinung nach müssen wir da auch verstärkt ausschreiben, um neue Kräfte reinzubringen. Dass wir auf der anderen Seite in Situationen, in denen alles funktioniert, eine Genehmigung verlängern, wenn sie abläuft, ist auch völlig klar. Die Genehmigungen sind in aller Regel auf 8 Jahre ausgestellt. Man muss den Gesellschaftern ja auch irgendwo eine Planungssicherheit geben. Man kann nicht nach 8 Jahren alles komplett auswechseln und sagen: So, jetzt dürfen aber mal ganz andere hin. Es macht durchaus auch Sinn, dass Genehmigungen verlängert werden, ohne dass neu ausgeschrieben wird. Aber wenn Gesellschafter sich zurückziehen, das ist der Fall, auf den es hier ankommt, dann muss die BLM da meiner Meinung nach in Zukunft ganz stark darauf achten, dass neu ausgeschrieben wird.

29. Findet bei der Vergabe neuer Lizenzen eine öffentliche Ausschreibung statt? Wenn ja, in welchem Umfang (bayernweit, deutschlandweit, europaweit)?

Also die finden in der Regel bayernweit statt. Das wird im Bayerischen Staatsanzeiger ausgeschrieben und auf der Homepage der BLM. Wir haben da schon Situationen gehabt, dass sich bei einer Ausschreibung in München im Radiosektor ein großes deutsches Unternehmen beworben hat, das nicht in Bayern saß und das auch nicht in Bayern vorkam. Da hätte durchaus auch etwas dafür gesprochen, die zu nehmen, um frische Kräfte in den Markt zu bringen. Das ist aber damals vom Medienrat nicht so gesehen worden. Der ist da sehr bayernzentriert.

Wir hatten in München sogar schon zweimal die Situation, dass die FAZ ein Inforadio gemacht hat. Da hat der Medienrat damals gesagt, die hätten eine Nachrichtenkompetenz und wollen auch wirklich Geld investieren, und vor allem hätten sie eine Chance gegen B5. Aber es hat nicht funktioniert. Leider hat es nicht funktioniert. Ansonsten ist die Tendenz im Medienrat groß, bayerische Unternehmen zu bevorzugen.

Und im Bezug auf das grenznahe Ausland wie Österreich oder die Schweiz?

Vor zwei Wochen war ich im Allgäu. In Bregenz gibt es einen sehr rührigen Mann bzw. einen wirklichen Vordenker, den Eugen A. Russ. Das ist ein österreichischer Unternehmer und dem gehören die Zeitungen in Bregenz, das Anzeigenblatt und das Radio. Und der hat ganz früh schon aufs Internet gesetzt. Der gilt so in Mitteleuropa als einer der Köpfe, der weiß, wie man Lokales zu vermarkten hat. Da hätte ich mir durchaus vorstellen können, dass der Russ Interesse hat, auch ins Allgäu zu gehen. Das ist ähnlich wie in Rosenheim, wie es die Salzburger Nachrichten machen. Ich glaube, der Russ macht das auch im Allgäu. Die versuchen, mit einem Anzeigenblatt in den benachbarten Markt zu gehen. Aber nicht mit elektronischen Medien. Also das glaub ich nicht. Ist bisher nicht passiert und ich glaube nicht, dass es noch passiert.

30. Das Grundlagenpapier für ein mögliches Fördermodell von 2013 bis 2016 wurde bereits vom VBL und VBRA im Bayerischen Landtag vorgestellt. Wann ist in dieser Sache mit einer Gesetzesverabschiedung zu rechnen?

mündliche Mitteilung vom 13.06.2012, Michael Roppelt, Ministerialrat und Medienreferent der Bayerischen Staatskanzlei:

Die Staatsregierung wurde vom Landtag aufgefordert, ein Konzept zur weiteren Förderung der bayerischen Lokalsender einzureichen. Dieses Konzept ist am 14.02.12 vom Ministerrat zur Kenntnis genommen, also gebilligt worden. Im Gesetzgebungsverfahren wurde dann zunächst von der Staatsregierung ein Gesetzesentwurf erstellt. Dieser Entwurf wurde dann den Ministerien im Rahmen einer Ressortanhörung weitergeleitet, um ihnen die Möglichkeit einer Stellungnahme dazu einzuräumen. Am 22.05.12 ist dann darüber im Ministerrat verhandelt worden. Im weiteren Verlauf wurde der Entwurf an alle relevanten Gruppen, Verbände, BLM usw. geschickt. Diese haben wiederum bis Ende Juni Zeit zu einer Stellungnahme. Danach geht das Ganze wieder zum Ministerrat, der dann darüber beschließt. Sollte der Ministerrat den Gesetzesentwurf beschließen, wird er an den Bayerischen Landtag und die entsprechenden Ausschüsse weitergeleitet. Anschließend wird darüber im Plenum verhandelt. Voraussichtlich ist mit einem Beschluss im Herbst 2012 zu rechnen, sodass das

neue Gesetz am 01.01.2013 in Kraft treten kann. Zur Gesetzesverabschiedung ist eine einfache Mehrheit notwendig, das heißt, die Regierungskoalition bestehend aus CSU und FDP muss zustimmen. Im Landtag sind die Standpunkte in dieser Sache allerdings ganz klar bestimmbar. Die Staatsregierung sowie die SPD und die Freien Wähler aus der Opposition sind grundsätzlich für eine weitere Förderung der lokalen Fernsehsender in Bayern. Lediglich die Grünen sind dagegen. Deswegen ist auch aller Wahrscheinlichkeit nach mit einem positiven Ergebnis im Sinne einer Fortführung der Förderung zu rechnen.

31. Bloomberg TV und RTL Shop nutzten bisher die Lokalprogramme, um ihr Angebot auszustrahlen (Stand: 2006). Diese wollten die Verbreitung ihrer Programme aber kündigen. Wie ist die aktuelle Situation? Konnten die Verträge mit Bloomberg TV und RTL Shop verlängert werden? Oder konnte ein neues Format akquiriert werden? Welches? Oder finanziert sich dieser Ausfall jetzt durch kostenlose Netzeinspeisung (ohne Drittprogramm)?

schriftliche Mitteilung v. 20.06.12, Flieger, Wolfgang, Pressesprecher der BLM

Von den Lokalsendern haben nur noch tv touring Würzburg, tv.touring Schweinfurt und Regio TV E-Commerce-Anbieter auf ihren Kanälen. Sowohl Bloomberg TV als auch RTL Shop bzw. Channel 21 haben ihre Verträge gekündigt und sind draußen. Auf den beiden touring-Programmen läuft zwischen 13:00 und 14:00 Uhr und zwischen 16:00 und 17:00 Uhr ein Angebot mit dem Namen „CoCare“. Auf Regio TV ist zwischen 2:00 und 6:00 Uhr, 9:00 bis 12:00 Uhr und 14:00 bis 17:00 Uhr ein E-Commerce-Angebot mit dem Namen „Welcome.eShop“ zu sehen. Die anderen Sender bemühen sich angeblich darum, Ersatz für Bloomberg und Channel 21 zu finden.

32. Wie hat sich die gemeinsame Werbevermarktung von TV-Bayern seit 2006 entwickelt? münchen.tv beteiligt sich zu diesem Zweck noch nicht bei TV-Bayern, sondern partizipiert an einem anderen Verbund zur gemeinsamen nationalen Werbevermarktung. Wie wichtig ist es, münchen.tv für TV-Bayern zu gewinnen und warum? Warum fehlen für eine nationale Vermarktung der bayrischen Lokalsender die Voraussetzungen? Was wären das für Voraussetzungen und wie könnten sie geschaffen werden? Arbeitet die BLM daran, zukünftig auch eine gemeinsame nationale Werbevermarktung zu erreichen? Ist es prinzipiell sinnvoller, Lokal- und Ballungsraum-TV separat voneinander zu vermarkten?

mündliche Mitteilung v. 22.06.12, Muhr, Johannes, Geschäftsführer TV Bayern GmbH (Email: johannes.muhr@neue-welle.de, Tel.: 0911 9679650)

Im Jahr 2010 und 2011 konnten durch die gemeinsame Werbevermarktung durch TV Bayern rund 2,8 Millionen Euro (brutto) Werbeeinnahmen akquiriert werden. Im Jahr 2012 wird ein ähnlich hoher Umsatz angestrebt. In 2013 ist durch die größere technische Reichweite wegen der Ausweitung der Lokalprogramme auf 10 Satellitenkanäle mit einer leichten Steigerung der Werbeeinnahmen zu rechnen. Ich schätze, es werden in 2013 dann rund 3 Millionen Euro sein. Allerdings müssen Sie ca. 25 Prozent für Verwaltungskosten etc. abziehen, um zu dem Betrag zu kommen, der unter den 16 Lokalsendern aufgeteilt wird. Aktuell bleiben da gute 2 Millionen Euro übrig. Diese Vermarktungsform hat aber auch irgendwann ihre Grenzen erreicht. In den Verträgen, die wir mit den Sendern geschlossen haben, ist festgelegt, dass wir nur 2 Minuten Werbung pro Stunde einbuchen dürfen. Das heißt, hier stagniert der Werbeverkauf früher oder später.

Seit ca. 2009 ist auch münchen.tv mit im Vermarktungsverbund. Zwischenzeitlich war der Sender ja bei der G1 zur gemeinsamen Werbevermarktung. Dieser Verbund ist aber nicht mehr aktiv, weil nicht rentabel. Seit dem Frühjahr 2012 arbeiten wir an einem ähnlichen Projekt zur gemeinsamen bundesweiten Vermarktung. Dazu ist aber die Erhebung und Auswertung von GfK Zahlen notwendig. Aktuell stehen wir noch mit verschiedenen Sendern in Verhandlungen, denn die Erhebung durch die AGF müssen die Sender selbst bezahlen. Außerdem sollen die Zahlen ja repräsentativ sein, denn bundesweit können Sie Werbezeiten nur auf Grundlage von Quoten verkaufen. Schätzungsweise im Herbst 2013 werden wir soweit sein. Mit der gemeinsamen bundesweiten Vermarktung mit anderen Ballungsraumsendern aus Stuttgart, Leipzig usw. glauben wir, dass in diesem Bereich neue bzw. mehr Werbeeinnahmen generiert werden können.

Folgende Sender sind im Verbund der nationalen Vermarktung dabei:

- regio TV Verbund in BaWü
- Rhein -Neckar Fernsehen
- TV Südbaden
- Rhein Main TV
- TV Berlin
- Hamburg 1
- Rheinland Metropolen Kombi (= fünf im Rheinland ansässige lokale Fernsehstationen: center.tv Köln, center.tv Düsseldorf, center.tv Aachen, STUDIO 47 und CityVision)
- Sachsen Fernsehen in Dresden, Chemnitz und Leipzig
- alle TV Bayern Sender über TV Bayern

Bearbeitet von: Dr. Wolfgang Flieger

Funktion: Pressesprecher der BLM

Ort, Datum: Neuperlach, den 12.06.12

Vielen herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

6. Experteninterview: Ulrike Gote, medienpolitische Sprecherin Bündnis 90/Die Grünen

Selbstverständlich habe ich die Studie von Stefan Lorenzmeier „Rechtmäßigkeit der Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern. Verfassungs- und europarechtliche Aspekte“, die Sie in Auftrag gegeben haben, gelesen. An dieser Stelle soll aber ganz unabhängig von rechtlichen Bedenken der Förderung darauf eingegangen werden, welche Lösungsmöglichkeiten es aus Ihrer Sicht gibt, ein lokales Fernsehangebot in Bayern, unabhängig einer Förderung, anzubieten. Dies leitet gleich zur ersten Frage über:

1. Wie wichtig schätzen Sie die Rolle des derzeitigen lokalen Privatfernsehens in der bayerischen Medienlandschaft ein? Warum?
2. Seit über 26 Jahren können die lokalen Fernsehsender in Bayern ohne eine Förderung nicht kostendeckend arbeiten. Dabei war die Förderung ursprünglich nur als Anschubfinanzierung gedacht. Mittlerweile ist daraus eine Dauersubventionierung geworden. Empfinden Sie es trotzdem als dringendes Erfordernis, das Angebot eines lokalen Fernsehprogramms in Bayern zu erhalten? Warum?
3. Sind Sie bestrebt, ein Konzept zu entwickeln (bzw. an einem Konzept mitzuarbeiten), durch das es möglich ist, dass die bayerischen Lokal-TV-Sender zukünftig auch ohne Förderung wirtschaftlich tragfähig arbeiten können (möglichst in der bestehenden Struktur)? Warum?
4. Was halten Sie von dem Vorschlag, das Programm eines jeden lokalen Fernsehsenders in Bayern (in der jetzigen Struktur) täglich auf 30 Minuten pro Tag zu verkürzen? Denken Sie, dass dadurch Kosten in so signifikanter Weise eingespart werden können, dass die finanzielle Förderung erheblich reduziert werden kann?
5. Was halten Sie von dem Vorschlag, lokales Fernsehen auf Regierungsbezirksebene zu veranstalten? Das würde viele Mitarbeiter ihre Stellen kosten, da die meisten Lokalsender dann nur noch eine Art Produktionsbüro oder Zulieferer (mit ca. 4 Mitarbeitern) für die Oberzentren wären, womit aber dann die Wahrscheinlichkeit sehr viel höher wäre, dass alle Stationen wirtschaftlich tragfähig arbeiten können.
6. Was halten Sie davon, dass der BR das jetzige Regionalprogramm der lokalen TV-Stationen in Bayern in sein Programm integrieren könnte. Damit wären die lokalen Fernsehstationen überflüssig. Sie könnten jedoch dann zumindest als

eine Art Produktionsfirma für den BR Beiträge produzieren. In kleinerem Stil als jetzt, aber dafür höchstwahrscheinlich wirtschaftlich tragfähig.

7. Was würden Sie davon halten, wenn die Bayerische Verfassung dahingehend geändert würde, dass Rundfunk in Bayern nicht mehr nur ausschließlich unter öffentlich-rechtlicher Trägerschaft und in öffentlich-rechtlicher Verantwortung (vgl. Art. 111 a Abs. 2 BV) betrieben werden dürfte, sondern ein echtes duales Rundfunksystem eingeführt werden würde? Also öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk gleichwertig nebeneinander existieren wie in allen anderen Bundesländern Deutschlands? Natürlich muss bei dieser Variante damit gerechnet werden, dass einerseits viele lokale Fernsehsender von der Schließung bedroht wären, andererseits weniger publizistisch wertvolle Beiträge produziert werden können, weil sich die Sender überwiegend aus Werbung finanzieren müssen.
8. Was würden Sie von dem Vorschlag halten, die bestehende Struktur zu erhalten und komplett aus der Rundfunkgebühr bzw. zukünftig der Haushaltsabgabe zu finanzieren, wie das beispielsweise in der Schweiz der Fall ist?
9. Welchen dieser möglichen Lösungsvorschläge würden Sie präferieren und warum?
10. Ist die Einführung von Bürgermedien die (einzige und finale) von den Grünen empfohlene Lösung für das Förderproblem der lokalen Fernsehsender in Bayern? Bzw. welche alternativen Lösungsvorschläge haben Sie, die hier noch nicht genannt worden sind?
11. Wie genau sollen diese Bürgermedien aussehen bzw. gibt es dazu schon ein Konzept der Grünen?

Vielen herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

7. Erlös- und Kostensituation BLM

Personal und Finanzen der BLM* 2010⁶⁰⁰

Einnahmen gesamt	
Rundfunkgebühr	26.315.800
Sonstige Einnahmen**	22.504.000
Ausgaben	
Technikförderung	2.394.000
Fernsehproduktionsförderung	1.840.000
Programmförderung	1.450.000
Förderung nach Art. 23 BayMG	500.000
Finanzierungsbeitrag Fernsehfenster	1.660.000
Medienkompetenz und Ausbildung	1.650.000
Medienforschung	1.023.000
Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit	1.350.000
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	342.000
Personalaufwendungen	7.701.200
Sachaufwendungen***	5.595.600
Kosten für Gebühreneinzug	810.000
Planstellen	77

* in Euro laut Wirtschaftsplan

** Kostenerlöse, sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen

*** einschließlich Abschreibung

⁶⁰⁰ Vgl. Flieger, 25 Jahre, 2010, S. 65

VIII. Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum	Vorname Nachname
------------	------------------